الفنون الإذاعية والتليفزيونية

وفلسفة الإقناع

دكتور

مصطفى حميد كاظم الطائى



تليفاكس: [illegible] الإسكندرية

الفنون الإذاعية والتليفزيونية وفلسفة الإقناع

الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع

الدكتور.

مصطفى حميد كاظم الطائي

الأستاذ المساعد بقسم الأعلام

فرع الإذاعة والتلفزيون

كلية الآداب–جامعة سبها

الطبعة الأولى

٢٠٠٧م

الناشر

دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر

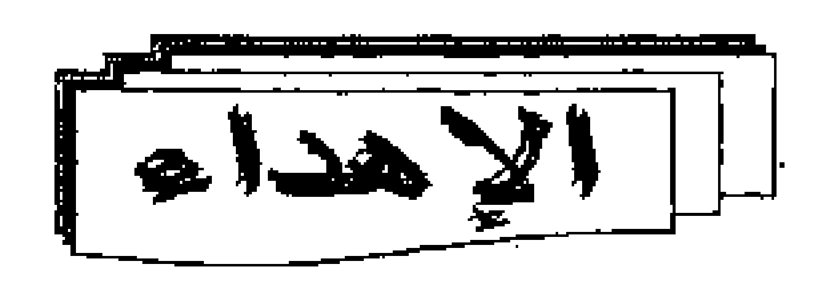
تليفاكس: ٥٢٧٤٤٣٨ – الإسكندرية

بسم الله الرحمن الرحيم

الرحمن (١) علم القرآن (٢) خلق الانسان (٣)
علمه البيان (٤)

صدق الله العظيم

(سورة الرحمن / الآيات ١ - ٤)



إلى من أبصرت في عينيهما حب العلم والفضيلة والدي.أسأل الله لهما الرحمة والمغفرة.

إلى من شدوا أزري وتحملوا معي عبأ الجهد والسهر أسرتي الكريمة، أسأل الله لهم التوفيق.

إلى من جاهدوا من أجل نصرة الحقّ وأهله، ولم يخافوا بالله لومة لائم ،أسأل الله لهم النصر والعزة.

المؤلف

الدكتور: مصطفى حميد الطائي

٢٠٠٦ م الموافق: ٤ ربيع الأول ١٤٢٧ هـ

المقدمة

يُعَدُّ الإعلام أرضاً بكر ، بحاجة ماسة الى المزيد من البحث والتقصي والدراسات العلمية الجادة ، لتوسيع اتجاهاته وتعميق مساراته وإستحداث تفرعات تخصصية جديدة لتوظيفها في مسيرة التنمية والتطور التي تشهدها المجتمعات المعاصرة، سيما وان مجتمعاتنا العربية اكثر حاجة من غيرها للأعلام ، لما تعيشه من أزمة حادة في هذا المجال الحيوي، فأزمة الإعلام العربي تجسدت بأكثر من بعد بحسب تشخيص الباحثين والمهتمين بها ، سواء في إطار الإعلام العربي المشترك التابع لإدارة إعلام الجامعة العربية ، أو الإعلام القطري الرسمي للبلدان العربية.

ومن جانب آخر فإن مجتمعاتنا العربية تعيش أزمة أخرى أشمل وأعقد وأخطر من الأزمة الأولى، تمثلت بأزمة التنمية والتطوروإنعكاساتها المستقبلية ، إذا ما قورنت بالمجتمعات الأخرى على كافة المستويات وفي جميع القارات ، بسبب فشل وتعطيل مشاريعها التنموية ،حتى أضحت مجتمعاتنا مستباحة معرضة للنهب والإبتزاز من هذا الطرف الدولي أو ذاك ، تعيش حالة من التبعية والشد والجذب بين هذا وذاك.

إن للأعلام مسؤولية كبيرة في هذه الآزمات المتداخلة والمعقدة ، من منطلق إن الآعلام يبلور إرادة التنمية والتقدم إن أُحسِن التعامل به ، ويتسبب في إنهيار الإرادة والإستسلام إذا تم توجيهه نحومجتمعات معادية أوأُسيء التعامل به ، خاصة وإن ثورة الإعلام والتقنية والمعلومات ، اضحت من المستلزمات الأساسية لأية أمة تنشد التنمية والتطور، أو التعايش مع الواقع المعاصروالتكيف مع معطياته التي أصبحت تشكل تحديات تواجه الأفراد والمجتمعات . المعاصروالتكيف مع معطياته التي أصبحت تشكل تحديات تواجه الأفراد والمجتمعات .

تلك العوامل وغيرها كانت دافعاً لمحاولة شد ازر الآخرين ممن كان لهم شرف السبق في التصدي لهذه الظواهر المعاصرة ، وبذلك اضع جهدي المتواضع مع من

سابقتي ، للبحث في واحداً من النشاطات الإعلامية المهمة،المتمثلة بفلسفة الإقناع في الفنون الإعلامية المسموعة والمرئية.

وفضلاً عن ذلك هناك حاجة منهجية ماسة ، دفعتنا لتحمل أعباء هذا الجهد المتواضع لسد بعض جزئيات ما يحتاجه الدارسين والباحثين في أقسام وكليات الإعلام، سيما وان هذا الجهد العلمي يعالج موضوعات إعلامية متعددة ،تتناول تعقب ظاهرة الإعلام المرئي والمسموع بدءاً بالوسيلة فالمضامين والأساليب وانتهاءاً بالجمهور ،بإعتباره يمثل الغاية والوسيلة لأية قناة أومحطة إذاعية وتلفزيونية.

وتم تناول موضوعات هذه الدراسة بمنهجية أقرنت الممارسات الواقعية بالنظريات والتصورات المفترضة، لإتاحة الفرصة امام الباحثين والمهتمين بهذه الموضوعات التوصل الى سبل الإرتقاء بالواقع المعاش الى مستوى يقارب الحالات المتصورة والمفترضة ، وفي ذلك حلول منطقية للعديد من المشكلات الإعلامية والإجتماعية .

وتأسيساً على هذه التصورات بنيت هيكلية هذا الكتاب الذي إشتمل على سبعة أبواب تضمنت أربعة عشرفصلاً ، إذ تضمن الباب الأول ثلاثة فصول تناولت نشاة البث الدولي وتطوره وإنتشاره، اما الباب الثاني فقد جاء بثلاثة فصول تناولت دور التلفزيون في عمليات الإتصال الإقناعي ، واشتمل الباب الثالث على فصلين عالجت تخطيط برامج الإقناع المسموعة والمرئية وإشكالية الحداثة والمعاصرة في وسائل الاعلام العربية ، والفصل الرابع تناول فلسفة الإقناع في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ، وفي الباب الخامس تم بحث إخراج المضامين الإقناعية ، اما في الفصل السادس فتناولنا السيناريو والحوار المرئي والمسموع، وفي الباب السابع تم عرض اشكال برمج الإقناع والترفيه وفن الكتابة للاذاعة والتلفزيون..

وكان من اهداف هذه الدراسة محاولة اعطاء تصورلديناميةالعلاقة بين المرسل والمتابع المعاصرللإعلام المرئي والمسموع واستكشاف إمكانية التحكم في هذه العلاقةالتي أضحت تعتمدعلى الصراع التعاون في بعض جوانبها.

ومن الله التوفيق
د. مصطفى حميد الطائي
٢٠٠٦/٤/٢٣



الباب الأول

نشاة الإذاعة والتليفزيون تطورهما

الفصـل الأول

مدخل تاريخي لمراحل تطور الإذاعة المسموعة.

المفهوم اللغوي للاذاعة قديم قدم الشعوب والمجتمعات الإنسانية ،وفي التاريخ البشري قصص وحكايات كثيرة عن أهمية الذيوع والإذاعة وشيوعها بين بني الإنسان على مستوى الممارسة ، وكان والعربُ سباقينَ في معرفة هذا المفهوم وممارستهُ في حضاراتهم المتعاقبة على مر العصور، حتى جاء الأدب الجاهلي وما جاء فيه من شيوع لهذا المفهوم على السنة الشعراء والأدباء والمنادون والخطباء.

وحين جاء الاسلام حصل تطور واضح ومشهود من خلال القرءان الكريم الذي تنزل بلسان عربي مبين، ولحاجة الإسلام الى نشر رسالته الى الناس كافة ، استخدم الدعاة اللغة العربية في الاتصال الشخصي لإبلاغ الرسالة ، ووفقاً لهذا التصور فان الإذاعة لا تختلف من حيث المفهوم والغاية عن المفهوم الشائع اليوم خلال كافة الحقب التاريخية المتعاقبة، إلا في أساليبها ووسائلها و تقنياتها المتطورة ، إذ تطورت من الاتصال الشخصي الى الاتصال الجماهيري : الذي تميز بأنه اتصال تقني عالي الدقة والتطور اكثر انتشارا وشمولية في التغطية ، وعلى الرغم مما شهدهُ الاتصال الجمعي من تطور ،إلا إن اللغة بقيت الأداة الأساسية لصياغة الرسائل الإعلامية المذاعة، باعتبارها الوسيلة الأساسية لإيصال لافكار وتحقيق التفاهم بين الناس . ومن هذا المنطلق فان مفهوم الإذاعة من الناحية اللغوية –ذيَعاً – وذيوعه – وذَيَماناً محركة إنا فشي الشيء وانتشرَ – وذاعَ الخبر ذيوعاً –والمذياع بكسر الميم من لا يكتمُ سراً ،أو من لايستطيع كتم خبرهُ، والجمع مذاييع ، إذا أذاعَ الشيءأو أفشاهُ بين الناس .

هذا ماورد في تاج العروس وفي بعالمعاجم الاخرى تجد الاذاعه تعرف على النحو الذي يشير الى :– الذيوع ،والانتشار ،والافشاو المناداة بالخبر في الناس ويقترب هذا المفهوم الى حد كبير من المفهوم الاصطلاحي المعاصر للإذاعة .

وتعـرف دائرة المعارف البريطانية الاذاعة : بأنها النشر المنظم أو الاذاعة للإمتاع Entertainment ، و الاعلام information وكذلك التثقيف وغيرها من المفاهيم التي يتم استقبالها في آن واحد بواسطة جمهور متأثر، يتكون من افراد وجماعات مجهزين بأجهزه استقبال .

كمـا تعـرف الاذاعـة بأنهـا :-عملية نقل الصوت المرسل الى المستقبل بعد تحـويلهُ الى مـوجات كهرومغناطيسية ، ليُنقل عـبر الاثير، فيـستقبلهُ جهـاز الاسـتقبال الذي يحول الموجات الكهرومغناطيسية الى صوت مرةً ثانية ، يعمل المضخم في جهاز الاستقبال على تضخيمهُ حتى يصل الى إذن المستمع .

وهـنا يمكـن القـول :- إن الاذاعـة المسموعة تعـتمد على عنصر الصوت باعتبارهُ المـادة الاساسية لبرامجها ،ومهما تعددت وتنوعت أشكال البرامج ، فإنهـا لا تخـرج عـن كونها صوت ينطلق عبر الاثير ليصل الى أُذن المستمع ، وقـد يكـون هذا الصوت كلمة منطوقة ،أو لحناً مغني ، أو معزوفة موسيقية ،أو مؤثـراً صـوتياً ، ومـن ذلـك يتضح للمتابع إن الاذاعة كمفهوم ليست غريبة عن الفقـه العربـي ،حتـى إن العـرب يصفون الـرجل الذي لايكتمُ السر بأنهُ رجلٌ مذياع .(١)

إلا إن الاكتـشاف الحديث لتقنيات الاذاعة كان أُوربياً إبتدأ َفي اكثر من بلـد ُأوربـي، وتطـورت وسـائلهُ وأساليبهُ بسرعة فائقة خلال العصر الحديث، وكان إنشار الاذاعة أسرع مما كان متصوراً،مر بمراحل عدة يمكن إيجاز أهمها بالاتي :-

مراحل تطور الإذاعة المسموعة .

المرحلة الاولى

إكتـشاف المـوجات الـصوتية الإذاعـية : إن اختراع الإذاعـة جـاء نتيجة لجهود العديد من العلماء والباحثين في مختلف التخصصات، من مختلف أنحاء

العالم ، وا نطلقت تطوراتها من أبحاث ودراسات عديدة في علوم :الطبيعة، و البصريات، والرياضيات، وأبحاث الضوء والكهرباء والتلغراف الى أن تم اكتشاف الموجات الصوتية ، من خلال تحويل الصوت الى موجات كهرومغناطيسية ،بعد إن استفاد كل من ماركوني الايطالي الأصل ،وبيرد الانجليزي من نتائج العديد من الأبحاث :- الايطالية والفرنسية والروسية والالمانية ،وكان من نتائج ذلك :- إكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية نظرياً ورياضياً عام ١٨٦٥ ومن ثم أثبت العالم (كلارك ماكسويل) نظرياً وجود هذه الموجات ، واشار الى قدرتها في نقل الصوت الى إن تمكّن العالم الالماني (هنريتشي رودلف هيرتز) من اكتشاف الموجات الصوتية ووجد لها وحدة قياس بالهيرتزعام ١٨٨٨م ثم تلاهُ إكتشاف العالم الايطالي (ريجي) عام ١٨٩١م . (٢)

وقد استفاد ماركوني من هذه الاكتشافات وطبقها عمليا ثم تحول الى صناعة اجهزة تعتمدعلى هذه النظريات ،مستفيداً من نتائج العديد من الأبحاث التي سبقت الاشارة اليها ،ثم رحل ماركوني بعد ذلك من ايطاليا الىبريطانيا عام ١٨٩٦م ،حاملاً اجهزة الاتصال التي قام بتصنيعها ليسجل براءة اختراعهُ في بريطانيا .

أسسَ ماركوني شركة للاتصالات السلكية واللاسلكية في بريطانيا اسماها بإسمهُ، وكان الهدف منها تبادل البرقيات لاسلكياً ، إذ لم تكن الاذاعة في بال أحد آنذاك. وعندما نجح ماركوني في نقل إشارات التلغراف اللاسلكية عام ١٩٠١م من انكلترا الى نيوفوندلاند الى مسافة تزيد على الفي ميل، اقتنع بعدها انهُ بالإمكان نقل الصوت الى كافة ارجاء العالم .

وكان الدافع وراء إنجازات ماركوني في ذلك الوقت هو، إن يثبت للعالم انهُ بالإمكان نقل موجات الراديو الى ما وراء الافق . (٣)

المرحلة الثانية

اختراع الإذاعة وتطورها :

بدأت قصة الاذاعة منذ عام ١٨٦٠م باكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية ،إلا إن التاريخ الحقيقي لميلاد الاذاعة الصوتية باعتبارها وسيلة اتصال جماهيري، كان في عام ١٩٥٦م ، عندما تمكّن العالم الامريكي (فيسيندون Fessendon)من جامعة بستنبرج ،من نقل الصوت البشري والموسيقى الى مسافات بعيده بلغت مئات الاميال اثناء اعياد رأس السنه الميلاديه ، وتجمع أنذاك البحارة على سفنهم في عرض البحر ليستمعوا الى الموسيقى ، وبذلك سجل عام ١٩٥٦م ميلاد أول إذاعة صوتية على المستوى الجماهيري.

ومنذ ذلك الوقت بدأت الاذاعة تأخذ دوراً خطيراً في حياة المجتمعات على اختلاف مذاهبها ،ودرجات تطورها ،وتأكد الدور الخطير الذي يمكن إن تلعبهُ الاذاعة عمليا عندما انقذ الارسال اللاسلكي سفينة الركاب الضخمه تيتانيك عام ١٩١٢م.

وتوجهت انظار الباحثين والمهتمين الى هذا الاكتشاف الكبير في مختلف انحاء العالم ،واخذ العلماء والباحثون يعقدون الآمال على النتائج التي يمكن إستخلاصها من إكتشاف الاذاعة وتطوراتها .

وتوالت بعد ذلك التطورات ، وفي عام ١٩١٤م أصبحت الاذاعة حقيقة واقعة بعد انشاء أول اذاعة عامة سميت بأذاعة (Lakenen Blhique)، أسسها بريارد،فغطى ارسالها : بلجيكا وشمالو فرنسا ، إلا إن برامجها كانت عبارة عن أحاديث ،موسيقى ،استمرت بالبث ثمانية اشهر ،الى قيام الحرب العالمية الاولى فتوقفت عندما توقفت كافة النشاطات المدنية في أُوربا انذاك ، ومن ثم تحولت لتقديم نشاطات حربية دعائية ومخابراتية واتصالات بحرية وجوية(٤)

المرحلة الثالثة

تطور الإذاعة الصوتية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية :

بعد انتهاء الحرب العالمية الاولى تم استئناف النشاطات المتعلقة بالاذاعة ،وتطوير تقنياتها ،ووظفت في مجالات حياتية كثيرة ،فظهرت أول اذاعة في الولايات المتحدة الامريكية سميت ،بمحطة(K-D-K-A): استخدمت في نقل انتخابات الرئاسة الامريكية، اذ استمع الناس الى نتائج الانتخابات في نفس وقت إعلانها بصورة فورية على الهواء .

وفي عام ١٩٢١م تم لأول مرة إنتاج أول جهاز إستقبال راديو للإذاعة العامة في باريس ،ثم تحول هذا الاكتشاف على نطاق تجاري لانتاج اعداد كبيرة من هذة الإجهزة التي تهافت الناس على شرائها ، لاستقبال برامج الإذاعة.

وفي عام ١٩٢٢م بدات الاذاعة في بريطانيا، عندما ساهم اصحاب الشركات المنتجة لاجهزة الاستقبال بأنشاء شركة للإذاعة البريطانية،استمرت حتى عام ١٩٢٦م ،بعد مناقشات حادة حول انشاء شركه للإذاعة ، وأ يضاح مدى التزامها بقيم المجتمع ،وتواصلت الجهود على هذا الطريق الى إن تم إنشاء هيئة الاذاعة البريطانية المعروفة بأسم (B- B -C) وهكذا انتشرت محطات الاذاعة في أوربا ،بعد إن بدأت محطة برلين بث برامجها لاول مره عام ١٩٢٣م،تجدر الاشارةالى إن جميع تلك المحطات استخدمت الموجات الطويلة ،وتظافرت الجهود الدولية في هذا المجال الى إن تم تغطية الولايات المتحدة الامريكيه وكافة البلدان الاوربية بالبث، ومن ثم انتشر البث الى خارج القاره الاوربية(٥)

المرحلة الرابعة

دخول الإذاعة الى البلدان العربية :

تعود بداية دخول الاذاعة الى البلدان العربية الى عقد العشرينات من القرن الماضي، بعد دخول العديد من المحطات الاهلية: وانتشارها بشكل سريع بين هوات اللاسلكي في العديد من البلدان العربيه ،الى إن تنبهت الحكومة المصرية آنذاك الى اهمية الاذاعة للمجتمع فقامت با لغاء المحطات الاهلية و انشات إذاعة حكومية في ٣١مايو١٩٣٤م استمرت بالعمل تحت اشراف الدولة الى وقت متأخر. (٦)

أما الإذاعة العراقية فيعود تاريخ تأسيسها الى عام ١٩٣٦م ، حينما علم الملك غازي إن مهندساً عراقياً كان يعمل في المطار المدني قام بنصب محطة ارسال لاسلكي للإتصال بهواة الراديو في أوربا ،فأرسلَ اليه بقصد التعرف على ما قام به ،وقد حضر المهندس المذكور لعرض ما قام به امام الملك غازي،فشجعهُ الملك وقدم له الدعم اللازم لتطوير المحطة التي كانت بدائية بسيطة تعمل بطريقة المورس ،(٥٠) واط فقط ،بعد ذلك تم إجراء بعض التحسينات عليها حتى أصبحت تعمل بقوة (٢٥٠) واط ، بعد ذلك طلب الملك غازي من المهندس المذكور تصميم محطة تعمل بقوة (١٠٠٠) واط ،عند ذلك تم استيراد مستلزمات المحطة الجديدة من الخارج. وبالفعل نصبت في قصر الزهور ،وسميت بمحطة قصر الزهور ،التي باشرت البث يوم (١٥-٦- ١٩٣٧) ،واعتبر هذا التاريخ يوم تأسيس الاذاعة العراقية ،التي كانت تبث بموجة طولها ٤١ متر و٩٦ بالمئه من المتر ،ثم توالت التطورات وتم نصب محطة ثانية في الأول من كانون الأول عام ١٩٣٧م ،ثم نصبت محطة ثالثة في نيسان من عام ١٩٣٨م ،وكانت برامج هذه المحطات تقوم على بث البرامج الدينية والتربوية والتعليمية والأخبارية والترفيهية وكانت معظم برامجها محلية (٧)

ثم توالى بعد ذلك تأسيس العديد من المحطات الاذاعية في البلدان العربية ،حتى اضحت الاذاعات تغطي مساحة الوطن العربي بأكمله ،وان العديد من البلدان العربيةاصبحت لديها محطة او اكثر لبث البرامج الموجهة الى خارج المنطقة العربية.

أهمية الإذاعة المسموعة كوسيلة إتصال إقناعي:

إن اهمية الاذاعه المسموعة كوسيلة اتصال اقناعي تنبع من سعة انتشار هذه الوسيلة ،فضلا عن تطورها السريع في الوسيلة والاسلوب وما احدثتهُ من تحولات سريعة في المجتمعات المعاصرة ،من خلال اشاعتها الافكار والمعلومات والمعارف وعمليات تداولها بين الافراد والمجتمعات ،وان اهم ما يميز الاذاعة المسموعة ويضفي عليها الاهمية :- انها تخطت كافة الحواجز :كالمسافات المتباعدة و الامية والفوارق الاقتصادية والاجتماعية :باعتمادها على الكلمة المذاعة التي اضحت مسموعه في كل مكان من خلال شمولية التغطيه ، في كل زمان ومكان من خلال سعة البث وانتشارهُ ،واصبح لها تأثير واضح على البنى الاجتماعية والثقافية في كافة المجتمعات ،وفضلا عن ذلك فأن سعة وتنوع برامج الاذاعة جعل منها وسيلة ممتعة ومسلية فأستخدمت اداة التعليم والتثقيف وتعميق المعارف والتعرف على الاداب والفنون ،وكما استخدمت للامتاع والترفيه واستخدمها التنمويون في خطط التنمية وبرامجها ،والتطور التي نفذت في العديد من الجتمعات بمن في ذلك بعض المجتمعات العربية ، ومما زاد منم اهمية الاذاعة في التنمية قدراتها المتنامية في نشر المستحدثات ، وبذلك اضحى لهذه الوسيلة دور فعال في نشر المستحدثات وتعلم طرق الزراعه الحديثة ،وتعلم المهارات وتنمية الابداع ،والتأثير في القيم والعادات والتقاليد وتغيير انماط السلوك الفردي والجماعي ،ولما تتمتع به الاذاعة من قدرة على الاقناع فقد اثرت في خلق الميول والاتجاهات واسهمت في تعزيز الاتجاهات

الايجابية، وجسدت الممارسات الديمقراطية وعمقت من مساراتها واتجاهاتها ، وساعدت في توسيع خيال الافراد ورفع تطلعاتهم ، واحاطتهم بكل ما يجري حولهم من احداث وتطورات ونظراً لما تتمتع به الاذاعة المسموعة من ميزات وخصائص ،وصفها احد المهتمين بهذا الموضوع بأنها :- جامعة شعبية على الهواء(٨)

وتكمن اهمية الاذاعة المسموعة باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية في الخصائص التي تتمتع بها والتي مكنتها من توطيد الصلة بطبقات واسعة من الجماهير وهذه الخصائص يمكن ايجازها بالاتي :-

١- ان الأساليب الفنية المتطورة والمتجددة مكنت الإذاعة من توظيف رسائلها الاتصالية في برامج التنمية وعمليات التغيير الاجتماعية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات المعاصرة من خلال التأثير على العاطفة والعقل في أن واحد.

٢- إن خاصية الانتشار التي تتميز بها الإذاعة جعلت من الإذاعة المسموعة أداة مرافقة للفرد أينما حل أو ذهب ،يستمتع بها في كل وقت يرغب فيه الاستماع ايها مما خلق الالفة والتقارب بين الفرد والوسيلة .

٣- إن امكانية تقديمها لمضامين مختلفة ومتنوعة ادى الى تحقيق اهدافها في المجتمع

٤- اسهمت الاذاعة في خلق الاحساس الجمعي لدى الافراد بعيداً عن العزلة لدرجة اخذ معها الفرد يحس انهُ عضو في مجتمع كبير يمكن إن يتفاعل معهُ من خلال هذه الوسيلة ، الامر الذي دفعهُ الى متابعة برامجها والمشاركه في هذه البرامج.

٥- الفورية في نقل البرامج الاذاعية اشعرت الفرد بالاحساس بالذات ، والتفاعل مع المجتمع بمصداقية من خلال هذه الوسيلة ،واسهمت الاذاعة في توسيع مدركات الفرد وتنمية خياله.

٦- إن امكانية تسجيل البرامج واعادة بثها لاكثر من مرة اتاحَ إمكانية ترسيخ الكثير من القيم والمفاهيم وأنماط السلوك والمعايير الاجتماعية .

ولذلك فإن الخصائص التي تتمتع بها الإذاعة جعلتها رفيقاً مألوفاً للإنسان المعاصر، تحسسهُ بالألفة والارتياح وتخفف عنهُ حدة الضغوط والتوترات النفسية التي يتعرض لها كل يوم في ميادين العمل ومن جراء المشكلات اليومية في حياتهُ الروتينية ، وفضلا عن ذالك فإن الإنسان المعاصر يتعرض الى زخم كبير من الضغوط الإعلامية عند سماعهُ لكم هائل من الأخبار عن الأحداث المحلية والعالمية التي تثير الخوف والفزع، مثل أخبار الحروب والكوارث والأمراض والمجاعات التي تجتاح المجتمعات البشرية في مختلف أنحاء العالم.

تجدر الاشارة هنا الى إن حالات الامتاع والرفقة والاسترخاء التي تحققها الإذاعة المسموعة، لا تتم إلا من خلال مضامين تعبر بصدق عن البواعث الوجدانية التي تشعر الفرد بالراحة النفسية.

فالمضمون وشكلهُ وواقعيتهُ واسلوب عرضهُ، هو الذي يحدد مزاج الفرد ودرجة ونوع تأثرهُ، لهذهِ الاسباب فإن تأثيرات المضامين الاتصالية للاذاعة المسموعة اعتمدت على اركان عملية الاتصال التي يمكن تلخيصها بالاتي (٩)

أ - المشكلة أو الفكرة التي يوضع بموجبها المضمون .

ب - الفئات السكانيهةالتي يستهدفها المضمون.

ج - الوسيلة المستخدمة وما تتميز بهِ من حدود وإمكانات وما تعتمدهُ من اساليب فنية لنقل مضامينها الاتصالية .

إن هذه الأركان الاتصالية مكنت الإذاعة، من خلق إيقاع معين لاستقبال يوم جديد بتفاؤل ونشاط وتوديعهُ بهدوء وارتياح، اضافة الى الوظائف الأخرى التي تحققها الإذاعة كالاستسلام للنوم ، كالحلم وسعة الاطلاع وتنمية القدرة على التذكّر والتخيل والشعور بالتقارب وتبديد الوحشة، وفضلا عن ذلك أسهمت الإذاعة في توحيد المشاعر الوطنية والقومية ، إزاء القضايا المشتركة ووحدت اتجاهات الراي العام وقاربت بين أذواق المستمعين .

يتضح من كل ما تم ذكره إن للاذاعة الكثير من الفوائد والمضار، وإن فوائدها اكثر من مضارها ، من اجل ذلك كثرت محطات البث وتنوعت مضامينها، فأزدحمت الاجواء بالذبذبات الحاملة للبرامج الصوتية المعبرة عن احاسيس ومشاعر الجماهير (١٠) .

يمكن الاشارة الى انهُ مهما كانت الوظائف التي تحققها الاذاعة للجماهير الشعبية ومهما عبرت بصدق عن مشاعرهم ، فلايكنها إن تغفل عن تحقيق اهداف القائم بالاتصال وغاياتهُ الاساسية ، سيما انه لاتوجد وسيلة اعلام لاتخفي ورائها اهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ، لذلك لانجد في عصرنا الراهن إعلام يخلو من الصبغة الدعائية حتى يمكننا القول : إن وسائل الاعلام على اختلاف اشكالها ومذاهبها ومرجعياتها، تسعى لإقناع الطبقات الجماهيرية الواسعة لإعتناق افكار أو مبادىء أو نماذج سلوك أو اقتناء سلع واشياء تخدم الجهات الممولة والموجة لهذهِ الوسائل ،لهذهِ الاسباب فإن وسائل الاعلام الجماهيري المعاصرة ترتبط باشكال مختلفة من التبعية للجهات التي تمولها وتوجهها، والتي غالباً ما تبعدها عن الموضوعية والحيادية عند معالجتها للقضايا والاحداث والموضوعات الجماهيرية .

الفصل الثاني

مدخل تاريخي لنشأة التليفزيون وأهم مراحل تطورة

حينما وصف التلفزيون بأنهُ معجزة القرن العشرين، فإن هذا الوصف لم يكن وليد المصادفة ؛ وإنما كان نتيجة مجهودات مجهدة تواصلت لسنين طويلة، لتحقيق هذا الحلم الذي تمكّن فيهِ الانسان من إن يرى ما يحدث وراء الافق من احداث ووقائع الحياة اليومية على ارض الواقع .

والتاريخ البشري حافل بالكفاح المرير الذي حصل بين عقل الانسان والطبيعة، من أجل تجسيد ذلك الحلم الجميل، الذي اعتبرهُ البعض ضرباً من الخيال المستحيل شأنهُ في ذلك شأن الكثير من المخترعات التي تحققت في العصر الحديث بعد إن كانت من المعجزات ، وعلى الرغم من إن ا لمكتشفات التي مهدت لاختراعهُ بدأت منذ سنوات طويلة، وأن لم تكن بأسم التلفزيون إلا انها بلورت فكرة ابتكارهُ وكانت دافعا للعلماء والباحثين من اجل التوصل الى هذا الاكتشاف ، فقد توصل بعض روادنا الاوائل الى فكرة الكرة البلورية السحرية التي كان ينظر المرء خلالها ليرى كل شيئ امامهُ ويعرف كل ما يود معرفتهُ من الاشياء القريبة والبعيدة ،وينقل بعض الناس عن الاساطير القديمة إن الكرة البلورية استخدمها الصينيون القدامى ليروا تحركات أعدائهم . (١١)

كما تحدثنا الاساطيرالقديمة عن المصباح السحري لعلاء الدين الذي يعد فكرة مبسطة للتلفزيون ، ولابد من الاشارة هنا الى إ ن الاساطير القديمة بما تضمنتهُ من أفكار لمكتشفات واقعية، و سعت من خيال الباحثين وأحيت في نفوسهم الآمال في إمكانية التوصل الى تحقيق هذه الأفكار ، ويتضح إن تاريخ بداية إختراع التلفزيون بدأ بأفكار بسيطة تقدمت ببطء وثبات نحو تجسيد هذا الاكتشاف. (١٢)

من متابعة مسيرة تطورا لتلفزيون يتضح إنهُ مر بعدة مراحل نوجز أهمها بالاتي :–

المرحلة الأولى

الجذور الأولى لإكتشاف التلفزيون وتطورهُ.

إن أول خطوة إيجابية في مسيرة اكتشاف التلفزيون بدأت عام ١٨١٧م بفضل قيام العالم بارزليوس بفصل عنصر غريب كانت درجة حساسيتهُ تختلف باختلاف كميات الضوء المسلطة عليه فأسماهُ بعنصر (السيلينوم) لما يمتاز بهِ من إمكانية التوهج عند سقوط الضوء عليه .(١٣)

ويرجع البعض قصة اختراع التلفزيون الى عام ١٨٧٣ م ،حين لاحظ (ماي-May)

الذي كان عاملاً للتلغراف في احدى القرى الامريكية في مدينة (ميلينيا)، إن آلتهُ يختل عملها كلما سقطت عليها اشعة الشمس ، ولم يتمكن من أن يجد تفسيراً معقولاً لتلك الظاهرة آنذاك ، فكتبَ الى رؤسائهُ الذين وجدوا في ملاحظتهِ أمراً يستحق الاهتمام والدراسة ؛ فعكفوا على دراسة هذهِ الظاهرة ، وبعد مدة من البحث تبين لهم أن جزءاً من دائرة آلة التلغراف يحتوي على عنصر السيلينيوم الذي يمتاز بحساسيتهُ للضوء ،هو الذي أدى الى إن تتغير مقاومة الدائرة للتيار الكهربائي والذي أدى الى أن تتأثر الدائرة بأشعة الشمس .

وكان ذلك عاملا مهما أدى الى التوصل الى طريقة لتحويل الطاقة الضوئية الى طاقة كهربائية، ومنذُ ذلك الوقت بدأت فكرة تكوين خلايا السيلينيوم الضوئية ، وإن هذه الخاصية اُعتبرت الاساس الذي قامت عليهِ فكرة التلفزيون .(١٤)

ونحبَ آخرون الى إن فكرة إختراع التلفزيون ترتبط بسلسله من الابتكارات والاكتشافات العلمية التي مكنت الباحثين من التوصل الى تقنيات التلفزيون، مثل جهاز التوليد الكهربائي والبطارية الكهربائية الضوئية والمصباح

الكهربائي واكتشاف القوانين الخاصة بالتحول الكهربائي المغناطيسي وامكانية فصل عنصر السيلينيوم واكتشاف التلغراف والتلفون والتصوير الفوتغرافي واللاسلكي والسينما، وأن بعض من أرّخوا للتلفزيون أرجعوا قصة اكتشافهُ الى المحاولة التي قام بها القس الفرنسي (جيوفاني كاسللي) عام ١٨٦٢م ، التي تمكّن من خلالها ارسال صور بالبرق من مدينة باريس الى المدن الاخرى التي تبعد اكثر من ١٣٠كم.(١٥)

وفي عام ١٨٨٢م تمكن (نيبكوف) من تحليل الصورة الى شرائط ظلال وضياء ثم قام بتحويل الطاقة الضوئية الى طاقة كهربائية ،إلا ان هذه الفكرة لم يكتب لها النجاح التام بسبب ضعف التيار الكهربائي المتولد ،وذلك لعدم وجود الصمامات اللازمة لاتمام التجربة ، ولصغر حجم الصورة امام الجهاز الذي استعملهُ في تجربتهُ الذي كان عبارة عن قرص ذي ثقوب حلزونية (١٦) وبالاستناد الى فكرة (نيبكوف) استطاع المهندس الانكليزي (ج لوب بيرد) إن يصنع جهازاً كهربائياً قادراً على نقل صورة حقيقية وذلك في عام ١٩٢٥م، واستمر يعمل على تحسين اختراعهُ حتى تمكّن عام ١٩٢٦م من ارسال صورة حقيقية لوجوه حية ، وتوالت بعد ذالك التحسينات على جهاز (بيرد) حتى تمكن في فبراير عام ١٩٢٨م نقل صورة من لندن الى نيويورك عبر المحيط الاطلسي على موجه طولها (٤٩) متراً، وقد أثار هذا الاكتشاف الناجح اهتمام العلماء والباحثين في مختلف انحاء العالم الى درجة دفعت بعض الباحثين الى القول :– إننا إذا أردنا أن ننسب اختراع التلفزيون الى شخص معين لكان (بيرد) أحق بهذا اللقب .(١٧)

وتواصلت جهود العلماء والمهتمين بهذا الانجاز في مسيرة تطور تقنيات التلفزيون،الى إن توصل العالم الفرنسي (دي فورست) الى اختراع الصمام المفرغ ذي الاقطاب الثلاثه ،الذي استطاع عن طريقهُ علماء التلفزيون من ارسال

والتقاط صور تلفزيونية اكثر دقة ،وبمرور الأيام تمكن العلماء من تطوير الطريقة الميكانيكية التي استخدمها (بيرد) في عملية الارسال التلفزيوني ، فتوصل العالم (ويفنلت wevnlt) الى منهذب اشعة الكاثود الذي حقق بواسطتهُ قفزة نوعية في عالم التلفزيون ، وفضلاً عن ذلك فقد تقدمت التلفزة كثيراً بعد اكتشاف الظاهرة الكهروضوئية، التي تتلخص في : إن بعض المواد مثل الكالسيوم والروبيديوم والصوديوم تبعث الكترونات إذا سلطت عليها اشعة ضوئية ،وبذلك فقد تحول التلفزيون من فكرة تراود المهتمين به الى واقع وحقيقة ملموسة، وعلى الرغم من كل ماقيل عن اختراع التلفزيون يكاد يجمع الباحثين والمهتمين على إن البداية الحقيقيه لظهوره تعود الى العشرينات من القرن الماضي ،وان العالم الفيزيائي المعروف (بوريس روزنغ) كان قد تمكن من ابتكار طريقة خاصة لاخراج الصور بأستخدام كاثود (Accessor)،الذي يحول الصور الالكترونية الى نبضات لاسلكية ضعيفة ،واعتبر العالم الروسي (زوار يكين) الاب الروحي للتلفزيون ،وذلك لانهُ كرسَ معظم حياته لهذا الاكتشاف ،وفي سبيل ذلك تنقل بين فرنسا والولايات المتحدة الامريكية ،إذ استخدمتهُ شركة وستنكهوم في قسم الأبحاث التابع لها ، ويعودالفضل اليه في إبتكار جهاز (الايكونوسكوب) الذي يعتبر العين الالكترونية للتلفزيون ، وفي عام ١٩٢٩م قام بتجربة أول جهاز الكتروني لاقط ، لحساب شركة الراديو الامريكية (C،A، R) ،التي يعود الفضل الكبير اليها في ظهور التلفزيون ، وتواصلت جهود (زواريكين) الى أن توصل الى إبتكار جهاز الكتروني اطلق عليه إسم(أورثيكمون)، الذي طرح في الاسواق للاستعمال عام ١٩٣٨م و اتاح إمكانية التصوير من مسا فات بعيدة .(١٩)

المرحله الثانية

نشأة البث التلفزيوني الدولي و انتشاره :

بـدأت هذهِ المرحلة في الثلاثينات من القرن الماضي ، حينما ظهر البث التلفزيوني الرسمي وانتشر على نطاق واسع داخل القارة الاوربية وخارجها ، وكانـت المحطات الاوربية أول من بدأ البث، ويمكن ايجاز تطور وانتشار البث الرسمي بالاتي :-

١- البث التلفزيوني الأوربي:-

إن الاهـتمام الأوربــي بالـبث التلفزيونـــي بـدأ واضـحاً وملحـوظاً في العشرينات مـن القـرن الماضي ، بعد المحاولات التي سبقت الإشارة إليها في هـذا المجـال ،ولـو تتبعـنا بـدايات الـبث الرسـمي تاريخياً لوجدنا إن فرنسا بـدأت الـبث التجـريبي عام ١٩٣٢م ،إلا إن الافتتاح الرسمي لم يتم إلا في عام ١٩٣٥م، حينما وضعت مرسلات البث على قمة برج إيفل ، وكان ذلك التاريخ بدايـة للـبث الرسـمي الـذي تشرف عليهِ الحكومة الفرنسية ، حيث لم يسمح بإعطاء التراخيص للشركات الخاصة إلا في عام ١٩٩٤م ، عندما بدأت أول قناة بث يملكها القطاع الخاص وانظم اليها اكثر من مليون مشترك في العام نفسهُ .

إما في بريطانيا فيعود تاريخ البث التلفزيوني الى بدايات القرن الماضي ، الا ان الانطلاقة الحقيقية لهذا الإنجاز كانت قد بدأت عندما تأسست شركة (بيرد)، تلك الشركة التي رفضت هيئة الاذاعة البريطانية السماح لها باستعمال شبكاتها في أول الأمر، ثم ما لبثت أن تبنت طريقتها وتعاونت معها من اجل تحقيق هذا الانجاز، وعلى الرغم من حصول محاولات بث متعددة إلا إن البث الرسمي لم يـبدأ بـصورتهِ الحقيقية إلا في عام ١٩٣٦م من خلال محطة (B- B - C) التي احتكـرت خـدمات التلفزيونـي ،ثم تطورت نشاطات التلفزيون وتعددت

محطات البث حتى وصلت الى اربع محطات رئيسية هي : (I - T-V) ، (B- B- C-١) ، (B-B - C ٢) و (القناة الرابعة) . (٢١)

إما في المانيا فتعود بدايات البث التلفزيوني الى عام ١٩٣٦م، عندما اشتركت اذاعة بافاريا بالمانيا مع شركة الاذاعة والتلفزيون السويسرية وشركة الاذاعة النمساوية في إقامة (شركة تلفزيونية مركزية Telepol) تحت اسم (الوكالة الاوربية لبرامج التلفزيون) من اجل أن تقوم بتنسيق التعاون في مجال التلفزيون ،وتبادل البرامج التلفزيونية بين الدول الاعضاء و الافلام السينمائية ، ونجحت الشركة الاوربية في بث اول برنامج اوربي مشترك ، يتضمن دروس باللغة الالمانية بواسطة التلفزيون تحت عنوان (صباح الخير) إذ برز دور المانيا واضحا في هذا المجال .

جدير بالذكر إن أُولى المحاولات الالمانية لانجاح البث التلفزيوني تعود الى عشرينات القرن الماضي ، حينما تمكنت دائرة البريد الالمانية من البث التجريبي عام ١٩٢٨م، ثم تواصلت الجهودالالمانية لتطوير تقنيات البث التلفزيوني حتى اثمرت تلك الجهود بتحقيق أول بث رسمي في عام ١٩٣٦م، عندما قامت بنقل وقائع دورة الألعاب الأُلمبية ،حيث وجه البث في حينه الى نوادي خاصة، مجهزة بأجزة استقبال بشاشات كبيرة تتيح امكانية المشاهدة الجماعية، انتشر بعد ذلك البث التلفزيوني ليغطي أوربا الغربية من خلال (شبكة اليوروفزيون) . (٢٢)

التي شجعت التعاون والتنسيق بين دول أوربا الغربية في مجالات البث الاذاعي والتلفزيوني ، واسهمت هذه الشبكة إسهاماً كبيراً في تطوير التلفزيون .

٢- البث التلفزيوني في الولايات المتحدة الامريكية :

كانت الولايات المتحدة ميداناً واسعاً ونشيطاً لأبحاث التلفزيون منذ مطلع القرن الماضي ،إلا إن البث الرسمي لم يبدأ فيها إلا في عام ١٩٤١م، ورغم

تأخر البث الرسمي في الولايات الامريكية مقارنة مع بعض البلدان الاوربية ،إلا ان تطور التلفزيون فيها كان سريعاً ، إذ باشرت الشركة الوطنية للاذاعة بإنشاء شبكة موسعة للتلفزيون عام ١٩٤٤م، باشرت بمنح إجازات للبث عام ١٩٤٥م، يذكر إن تلك الشبكه ضمت أكثر من ستة محطات بث يَلتقط إرسالها اكثر من ثمانية الاف جهاز إستقبال،إلا انه بحلول عام ١٩٤٨م توسعت الشبكة لتضم ثلاثة واربعين محطة بث يستقبل خدماتها اكثر من مائة الف جهاز ثم ارتفع هذا العدد عام ١٩٥٠م الى سبعة ملايين جهاز ، وفي عام ١٩٥١م شمل البث التلفزيوني الامريكي اكثر من ٦٠ ٪ من البيوت الامريكية، وازداد عدد محطات البث ليصل الى ما يقرُب من سبعمائة محطة بث في اواسط الستينات تغطي اكثر من سبعين مليون جهاز .

وتبين من إحصائيات الثمانينات إرتفاع محطات البث الى ١٦٠٠محطة بث تلفزيوني وفيديوي حكومية واهلية ،اشتهرت منها بعض المحطات التي تقدم خدماتها على مستوى دولي، حتى اضحت معروفة خارج الولايات المتحدة الامريكية ، كان من ابرزها محطات

(ABC. CBC. NBC. CBS . CNN) ، وتشير الاحصائيات المذكورة الى إن ٩٨ ٪ من الاسر الامريكية اصبحت تمتلك اكثر من جهاز تلفزيوني.

وهذا يدلل علىالاهمية المتزايدة للتلفزيون في عموم الولايات المتحدة .(٢٤)

ويلاحظ هنا إن الولايات المتحدة الامريكية على الرغم من تطورها في كافة المجالات ،الا انها وضعت الاعلام في اولى اهتماماتها ،يؤيد هذه الحقيقة الكاتب والناقد الامريكي (كيفن فيلبس) مؤلف كتاب (حكم وسائل الاعلام)، حيث يقول:– كانت إسبارطة القديمة دولة عسكرية وكانت جنيف أيام جون كلفن دولة دينية،بينما كانت انكلترا في اواسط القرن التاسع عشر اول دولة

صناعية في اوربا ، واذا بنا اليوم نجد إن الولايات المتحدة الامريكية اول دولة لوسائل الاعلام في العالم .(٢٥)

اذ تطورت وسائل الاعلام الامريكية بشكل كبير،وتوسعت وانتشرت بشكل مثير،حتى اضحت تشتمل على اكثر من ١٨٨٢صحيفة يومية،٧٩٥٧ صحيفة اسبوعية،وأكثر من ١١٠٠٠مجلة،وخمس شبكات رئيسية للتلفزيون سبقت الاشارة اليها ،وترتبط بكل من هذه الشبكات مئات المحطات التلفزيونية،ورغم امتلاك هذه الشبكات لمحطات بث مرخصة،الا إن كل شبكة تتعامل مع اكثر من مائتي محطة يمتلكها مستقلون من القطاع الخاص(٢٦)

ويحظى التلفزيون في الولايات المتحدة الامريكية بأهمية كبيرة مقارنة مع وسائل الاعلام الاخرى، بعد إن ازدادت شعبيتهُ بين قطاعات واسعة من الناس، ففي إستطلاع للراي العام اجرتهُ مؤسسة قالوب لابحاث الراي العام في اواسط السبعينات حول درجة تفضيل المشاهدين لوسائل الاعلام ،اجابَ اكثر من نصف الذين شملهم الاستطلاع، بأن نشاطهم المفضل مشاهدة برامج التلفزيون ، في حين إن نسبة الذين فضلوا هذا النوع من المشاهدة في استطلاع عام ١٩٦٠م كان اقل، مما يدل على اتساع جمهور التلفزيون في الولايات المتحدة، يعود السبب في ذلك الى تميز التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى وسعة انتشار شبكات البث وسهولة وصولهُ الى المشاهدين حتى في المناطق النائية .(٢٧)

فضلا عن قلة تكلفت اجهزت التلفزيون، وانخفاض اجور الاشتراك في الشبكات الخاصة ،انعكس كل هذا التوسع على الشبكات الامريكية بشكل ايجابي من خلال العائدات الكبيرة التي اضحت تحصل عليها الشبكات التلفزيونية،فانتعشت الاستثمارات الاقتصادية في هذا المجال، مما ادى بالمؤسسات الاعلامية الى ان تتحول الى تكتلات اعلامية كبرى تقدم خدماتها

علـى مـستوى دولـي ،الى الدرجـة الـتي تشعبت معها نشاطات هذه التجمعات الاعلامـية الكـبرى لتـشتغل علـى النشر والتأليف ايضا، لتعبر بذلك عن ظاهرة اقتصادية واجتماعية وثقافية بالغة التعقيد .

وقـد كـتب المعلـق الامريكـي (كـيفن فيلـبس) مـشيرا الى تعاظم اهمية النشاطات الاعلامية ودخولها ميدان الاقتصاد بقوله :- إن اعمال وسـائل الاعلام وبخاصـة التلفزيون ،اضـحت تمـثل جانـبياً مهمـاً مـن النـشاط الاقتـصادي الامريكي ،وتـشكل حوالي ٣٠ الى ٤٠٪ من الدخل القومي الاجمالي في الولايات المـتحدة الامريكية ،ويـشبه ثورة الاعلام والاتصال بالثورة الصناعية التي حدثت في القـرن التاسـع عـشر قـائلا :- إن اقتـصاد المعـرفة والاعـلام بـدأ يحل محل الاقتصاد الصناعي. (٢٨)

ويحـتل قطاعـات واسـعة مـن مؤسسات الاقتصاد الامريكي خاصة بعد ازدهـار صـناعة التقنيات الإعلامـية والاتـصالية ، وازديـاد شـبكات الخدمات الإعلامـية وتطـور صـناعة الاعـلان الى الدرجة التي اضحى معها الاعلان سلعة اقتـصادية دخلـت ميدان العرض والطلب في الاسواق العالمية شأنها في ذلك شأن السلع الاقتصادية الاخرى .

٣-البث التلفزيوني الروسي (الاتحاد السوفيتي سابقا).

مـن الـدول التي دخلت مضمار السباق في اختراع وتطوير تقنيات البث التلفزيونـي مـن خـارج القارة الاوربية هي روسيا من خلال (الاتحاد السوفيتي السـابق)، الـذي كانـت لـه محـاولات متعددة في مـيادين ابحـاث الاذاعـة والتلفزيون ،حتى يمكننا القول: ان موقف الولايات السوفيتية السابقة من البث التلفزيونـي، لايخـتلف كـثيراً عـن مواقـف الـولايات المـتحدة الامريكية واوربا الغربية، إلاان البث الرسمي الروسي لم يبدا إلا في عام ١٩٣٨م ، حين تم نصب محطـتين للتلفـزيون الأولى في موسـكو والثانـية في لينين غـراد، غـير إن مسيرة

التلفزيون الروسي لم تمضي كما كان يراد لها، لأنها تأثرت بظروف الحرب العالمية الثانية ،ومع ذلك تغلبت روسيا على الكثير من العقبات التي اعترضت مسيرة التلفزيون ، فاستفاد الروس من الأذاعة والتلفزيون في الدعاية الشيوعية والدعاية السياسية للحرب التي اخذت تغطي مناطق واسعة وبخاصة بلدان اوربا الشرقية من خلال شبكة (اليوروفزيون). (٢٩)

التي حظيت بأهمية كبيرة لدى شعوب الكتلة الشرقية سابقاً ، بأعتبارها الشبكة الرسمية المركزية التي لاتمارس انشطة تجارية، والتي بذلت جهود كبيرة لتوسيع البث وتطويرهُ ليكون اكثر انتشاراً حتى تم تغطية كافة البلدان الاشتراكية السابقة، وكان نشاط هذه الشبكة يتمحور نحو خوض الصراع الدعائي الناجم عن الحرب الباردة ،التي كانت ومحتدمة بين الغرب الرأسمالي الذي تقودهُ الولايات المتحدة الامريكية ، والشرق الشيوعي الذي يقوده الاتحاد السوفيتي السابق ،تجدر الاشارة الى إن تلك الحرب الاعلامية اندلعت على اثر انتهاء الحرب العالمية الثانية وكانت سلاحا رئيسيا في الحرب الباردة ، وكان لشبكة الانترفزين تعاون وتنسيق مع بلدان عدم الانحياز في آسيا وافريقيا وامريكا اللاتينية .(٣٠)

٤- البث التلفزيوني الياباني :

بدأ البث التلفزيوني في اليابان عام ١٩٤٠ م بصورة تجريبية ، بعد عشرة سنوات من الأبحاث والتجارب التي قامت بها مؤسسة الاذاعة اليابانية (**H- K-N**).

ويرجع الباحثون اسباب تأخر البث الياباني الى الظروف القاسية والمعاناة الكبيرة التي مرت بها اليابان خلال الحربين العالميتين الاول والثانية ، وما خلفته من دمار نجم عن القنابل النووية التي القيت عليها من قبل

الولايات المتحدة الامريكية، ومع ذلك كله شهدت مسيرة التلفزيون الياباني تطورات كبيرة بعد انتهاء الحرب .(٣١)

إذ حصلت تطورات كبيرة ، من خلال قيام العديد من شركات الالكترونيات اليابانية بتشكيل هيئة موحدة للتعاون والتنسيق لتطوير صناعة الالكترونيات ، وهذه الهيئه كوّنت النواة الاولى (لشبكة آسيا فزيون).(٣٢) تلك الشبكة التي بذلت مجهودات كبيرة من أجل ربط بلدان جنوب شرق آسيا بشبكة بث موحدة ، لتسهيل التعاون والتنسيق والتبادل البرامجي بين الدول الاعضاء ولتطوير المعدات الفنية والتقنيات المتعلقة بالشبكة ، لكي تتمكن من منافسة الشبكات الدولية الكبرى.(٣٣)

تجدر الاشارة الى إن قيام شبكة (آسيا فزيون)، كان قد تزامن مع قيام (شبكة نوردفزيون) التي ضمت معظم البلدان الاسكندنافية ، إذ عملت هذه الشبكات على تشكيل تجمعات بث خاصة بها تخدم اهداف وتوجهات دول الاقليم. (٣٤)

سيما وان أهم ما يميز الشبكات الأقليمية خاصة تلك التي تمثلها منظمات و اتحادات دولية مثل :– اتحد الاذاعات الاوربية والاتحادات الأذاعية الأقليمية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية هو: إن هذه الشبكات لا تقوم بتمثيل هذه المنظمات والاتحادات الاذاعية للدول الاعضاء في علاقاتهم بطرف ثالث خارج الشبكة، وانما تنحصر مهمة الشبكة بالتعاون بين الدول الاعضاء في مجال التلفزيون،اما بلدان أمريكا اللاتينية فقد أرتبطت بشبكة اليوروفزيون مع بلدان أوربا الغربية من خلال الارتباط بتوصيلات مع اسبانيا . (٣٥)

٥-البث التلفزيوني العربي:

يبدأ البث التلفزيوني العربي في أواسط الخمسينيات من القرن الماضي، بعد تشغيل أول محطة بث تجارية في المغرب ، باشرت العمل منذ عام ١٩٥٤م

بينما بدأ أول بث رسمي تشرف عليه الحكومة في ٢مارس ١٩٥٦م من تلفزيون بغداد في العراق، بعد أن قامت الحكومة الملكية العراقية آنذاك بالحصول على محطة بث محلية من شركة (باي – pay)البريطانية. تلك المحطة التي اشتركت بها الحكومة البريطانية بمعرض بغداد الدولي عام ١٩٥٤م.

أما التلفزيون المصري فعلى الرغم من قدم محاولات تأسيسهُ، إلا إن ظروف مصر السياسية في ذلك الوقت حالت دون تأسيسهُ بوقت مبكر، فقد تمت الموافقة على مشروع إنشاء التلفزيون ورصدت المبالغ المخصصة لإقامتهُ، الى إن وقوع العدوان الثلاثي على مصر عام ١٩٥٦م أخرّ تنفيذ المشروع الى عام ١٩٥٩م . حيث وضع الحجر الاساس للتلفزيون المصري في ١٠/٨/١٩٥٩ بعد سحب جيوش الدول المعتدية واستقرار الاوضاع السياسية ، وباشر التلفزيون المصري بثهُ الرسمي في شهر يوليو من عام ١٩٦٠م وذلك بنقل خطاب للرئيس المصري الراحل جمال عبد الناصر في مجلس الامة .(٣٧)

انتشر التلفزيون بعد ذلك التاريخ الى بقية البلدان العربية تباعا ،ثم تطور التلفزيون العربي على الصعيدين التقني والبرامجي ،و تضاعفت أعداد من امتلكوا اجهزة الاستقبال التلفزيوني بعد تحسن الظروف الاقتصادية وانعكاسها على الاحوال المعيشية لبعض المجتمعات العربية.

اما الشبكة العربية التي عنيت بربط انظمة التلفزيون العربية مع بعضها البعض، فعلى الرغم من إن المناقشات حولها استمرت منذ منتصف الخمسينات الى اوائل الستينات، إلا انها لم تتمكن من تنفيذ المشروع لأسباب عديدة ، كانت انعكاساً للظروف السياسية والاقتصادية التي مرت بها البلدان العربية، كان في مقدمتها الصراع العربي– الاسرائيلي وتدخلات الدول الغربية الكبرى في شؤون المنطقة، وعلى الرغم من ذلك فمن الطريف القول: إن أول تحرك لإحياء هذا المشروع جاء من شركة الاذاعة الامريكية (A-B-C). (٣٨)

وذلك في شهر اكتوبر من عام ١٩٦٣م حين اعلنت الاذاعة الامريكية الدولية عن إقامة (شبكة الشرق الاوسط العربية) وكان مقراً لهذه الشبكة إن تكون تجارية يديرها القطاع الخاص على أن تمول ذاتياً من النشاطات الاعلامية والاعلان ،كي تقوم بربط البلدان العربية التي تمتلك محطات بث تلفزيونية مع الشركة الامريكية الدولية (A-B-C-international) ،إلا انهُ بعد دراسة المشروع من قبل الامانة العامة لاتحاد الاذاعات العربية التي احالت دراسة المشروع الى لجنة من الخبراء شكلت لبحث هذا الموضوع واستمر عمل هذه اللجنة حتى عام ١٩٧٠م ؛ إذ أعدت إستبيان قامت بتوزيعهُ على المحطات التلفزيونية للدول الاعضاء لبيان مدى الجدوى من هذا المشروع ، فتوصلت الى نتائج غير مشجعة بعضها يتعلق بعدم اهتمام وكالات الانباء الدولية بالمجتمعات العربية ، والبعض الاخر يتعلق بضعف الامكانات المالية والفنية، لهذهِ الاسباب مجتمعة أُهمل المشروع وكل ما يتعلق بهِ من مشروعات اضافية مثل :- إنشاء وكالة انباء عربية اقليمية ، ومركز عربي لتبادل اخبار التلفزيون، وشاريع اخرى تتعلق بتطوير برامج التلفزيون ، إلا إن فشل هذا المشروع وعدم طرح مشروع بديل دفع بعض البلدان العربية في المغرب العربي الى ربط محطاتها الوطنية بشبكة (اليوروفزيون)الاوربية فتشتت الجهود العربية في هذا المجال، وبذلك فقدت الشبكة العربية أستقلالها وأهميتها . (٣٩)

المرحلة الثالثة

التلفزيون في عصر الاقمار الصناعية:

بدأت هذه المرحلة من مراحل تطور التلفزيون مع مطلع الستينيات، بعد إن توفرت إمكانية نقل البث التلفزيوني من خلال الاقمار الصناعية ، وبذلك كان تاريخ الثالث والعشرين من حزيران عام ١٩٦٢م بداية عصر جديد للتعاون الدولي في مجال البث التلفزيوني ، بعد إن اتاحت الاقمار الصناعية

فرصة تأريخية امام نقل البث التلفزيوني وانتشارهُ من الاطر والفضاءآت المحلية والاقليمية الى الفضاءآت الدولية، حصل ذلك البث الفضائي لأول مرة بعد ربط أوربا وامريكا الشمالية ببث موحد لنقل برامج حية على الهواء بواسطة القمر الصناعي الامريكي (تلستار-Telestar) (٤٠)

الذي كان يدور فوق الاطلسي واتاح إمكانية نقل ذلك البث، الذي شمل اكثر من مائة مليون مشاهد أوربي شاهدوا برامج منوعة عن الحياة اليومية في عشرات المدن الامريكية والمكسيكية على مدى (٢٢) دقيقة من البث الحي، وشكل ذلك البث سابقة مثيرة في مسيرة التلفزيون على المستوى الدولي، ومن خلال ذلك البث وفي نفس اليوم شاهد العدد نفسهُ من الجمهور الامريكي ، برامج حية عن الحياة الاوربية من الدائرة القطبية وحتى البحر الابيض المتوسط ومن نهر الدانوب الى المحيط الاطلسي ولكن البث استمر الى (١٩) دقيقه فقط . (٤١)

وتم اعتبار ذلك الانجاز بداية لعصر جديد سمي بعصر التلفزيون ، ومنذ ذلك الوقت ارتبطت عجلة تطور التلفزيون بالتطورات التقنية المتلاحقة للاقمار الصناعية وابحاث الفضاء وما صاحب ذلك من تطورات في تكنولوجيا الاتصال ، كما ارتبطت تطورات البث التلفزيوني بالتطورات التي حصلت في الاجيال المتعاقبة للاقمار الصناعية التي خصص بعضها للبث التلفزيوني فقط ، وعندما تم إطلاق جيل جديد من الاقمار الصناعية عام ١٩٦٥م ، توفرت إمكانيات جديدة للارسال والبث الحي للبرامج التلفزيونية طوال اليوم ، وكان ذلك إنجازاً تأريخياً في حياة الشعوب المعاصرة . (٤٢)

تطورات نوعية يشهدها التلفزيون في عصر الاقمار الصناعية :

بعد أن مكنت تقنيات البث الفضائي برامج التلفزيون من الانتشارعلى نطاق واسع ، حصلت تطورات نوعية سريعة ومذهلة خلال الربع الاخير من القرن الماضي لم تشهدها أي من الصناعات الاخرى ، وعند مقارنة تاريخ تطور

الصناعات الاخرى مع تاريخ تطور التلفزيون خلال مسيرتهُ القصيرة نجد إن التلفزيون حقق تطورات نوعية ومن بين أهم تلك التطورات :-

– البث التلفزيوني الملون : إعتُبر هذا الإنجاز من التطورات الجوهرية التي نقلت التلفزيون الى مرحلة جديدة اصبح بعدها اكثر جاذبية ، وفضلا عن ذلك كان لهذا الانجازأثر كبير في نفوس المتلقين، جعلهم يعايشون البرامج والتغطيات الحية على شاشات خاصة بالالوان الطبيعية.

وعندما تم تصنيع الستوديوهات المتحركة والمحمولة على الكتف وعلى عربات النقل الخارجي التي إستخدمتها الشركات التلفزيونية في معايشة الاحداث حال وقوعها، لنقلها من خلال الاقمار الصناعية الى جميع انحاء العالم بصورة حية ومباشرة ،إلا أن هذه الخدمة كان لابد من مرورها بمحطات الاستلام الارضية التي تديرها مؤسسا ت الاتصال لتحقق من خلالها خدمات تلفزيونية مباشرة محلية واقليمية ودولية.

غير إن الاجيال الجديدة والمتطورة من هذه الاقمار اضحت قادرة على البث المباشر من دون الاعتماد على المحطات الارضية ،واستفادت من هذا الانجاز العديد من شركات البث العالمية لتقديم خدمات تلفزيونية مباشرة ومنوعة على مدى (٢٤) ساعة من مواقع الاحداث . (٤٣)

– البث التلفزيوني المباشر : إن أهم ما يمكن ملاحظتهُ هنا ، إن البث التلفزيوني المباشرعبر القنوات الفضائية تطور بشكل سريع ملفت للنظر بالمقارنة مع التطورات التقليدية السابقة التي حصلت في هذا المجال ، فبينما كان الجيل القديم من(أنتلسات- IV-A) يكرس معظم قنواتهُ للاتصالات السمعية والخدمات الاخرى ولايحمل سوى قناتين مرئيتين على مدى اربعة اجيال ،نجد إن الجيل الخامس من (انتلسات -٧) الذي اطلق عام ١٩٧٩م، اتاح امكانية نقل (٢٤) برنامجاً تلفزيونياً ملوناً في آن واحد، فضلا عن تطور

سـعاتهُ الصوتية عالية الجودة القادرة على البث المباشر والتغطية الشاملة لمنطقة الخدمة .(٤٤)

وتمتاز اقمار البث المباشربقدرتها على التغطية الشاملة بشكل أوسع من امكانيات اقمار الخدمات الثابتة . (٤٥)

وعلـى الرغم مـن هذه الخصائص والميزات واجهت هذه الاقمار الكثير من المشكلات والمصاعب الفنية والمالية والسياسية ، طرحت على المؤتمرالاذاعي العالـمي الـذي عقده الاتحـاد الدولي للاتصالا ت البعيدة عام ١٩٧١ م أي منذ وقت مبكـر إلا أن هذا المؤتمر لم يتمكن من حل بعض هذه الصعوبات والـمشكلات وبخاصـة مـشكلة توزيـع الذبذبات بـين ا لدول الاعضاء،وحقوق التغطيه والاشتراك ... الخ (٤٦)

كمـا قـام الاتحـاد الدولي للاتصـالات عـبر الاقمـار الصناعية(ITY) (Inter national Telecommunication union) بتحديد المواقـع الأرضـية ،وتخـصيص الترددات اللازمة لعمل الاقمار الصناعية ، وذلك مـن خـلال اعتماد نظام خاص بالاقمار الصناعية المخصصة للبث المباشر، آخذاً بنظـر الاعتبار وجود سمة في تخصيص الموارد ومواصفات الخدمة المراد تقديمها والمناطق المراد تغطيتها بالبث. (٤٧)

ومـما تجـدر الاشارة اليه إن أول من اقترح إنشاء خدمات تلفزيونية مباشرة عبر الاقمار الصناعية هو شركة(كومسات – COMSAT)الامريكيه للاتصال من خلال الاقمار الصناعية ، وذلك في عام ١٩٨٠م،على الرغم من وجود العديد مـن المحـاولات والانـشطة الـتي قامت بها اقمار صناعية تجريبية اخرى للبث المباشر كانت محاولاتها سابقة لهذا التاريخ ،إلاأنها لاتمثل بداية حقيقية لهذا الانجازلأنهـا لم تحقـق نجاحات متكاملة ، إذ كان من بين أهم تلك المحاولات هو ما قامت به مركبة روسية في الاتحاد السوفيتي السابق مع مطلع السبعينات

من القرن الماضي، حينما شرعت بالبث المباشر للبيو ت والقرى المعزولة في سيبريا. (٤٨)

واستمرت محاولات تطوير اقمار البث المباشر دون توقف، الى أن شاع إستخدامها على نطاق واسع عام ١٩٨٦م ؛ وقدمت خدمات متعددة ومنوعة، خاصة بعد استخدامها البث على الموجه (١٢ - **MHX**)، بوصفهُ يمثل نظاماً إذاعياً جديداً يوفر إمكانيات بث عالية الدقه للاذاعة والتلفزيون ،وفضلا عن ذلك فإن هذا النظام يمتاز بقدرتهُ الفائقة على تقديم برامج تلفزيونية منوعة متواصلة دون إنقطاع .(٤٩)

وفي مطلع التسعينيات من القرن الماضي أعلن تجمع الاتصالات الامريكية عن ضم أربع مؤسسات اتصالية في الولايات المتحدة الامريكية كان بضمنها مؤسسة الاذاعة الوطنية الامريكية (**N-B-C**) ، وكان أول من أسس هذا التجمع هو روبير دوش الذي أعلن اتفاقية يتم بموجبها إطلاق قمر صناعي للبث المباشر بطاقة عالية جداً، إذ خصص هذا التجمع مبلغ مليار دولار امريكي من أجل وضع نظام رصين للبث المباشر، الذي من بين أهم مواصفاتهُ انهُ يعمل على جميع الانظمة الحديثة للاتصالات ، كما إن هذا النظام يتيح إمكانية توفير (١٥٠) قناة تلفزيونية للمشتركين الذين يمكنهم التقاط بثها بهوائيات صغيرة الحجم يتراوح قطرها بين (٣٠-٤٥). (٥٠)

وفي صيف عام ١٩٩٤م تمكنت مؤسسة هيوز(**HUgenes-Diyieey**) الامريكيه من اطلاق اقمار صناعيه للبث المباشر بامكانتها بث اكثر من (٢٠٠) قناة تلفزيونيه مباشره: خصصت (٥٠) قناة منها لبث الافلام وخصصت قنوات اخرى لتلبية طلبات الفيديو ، ويتيح هذا النظام لكل مشترك حرية اختيار الافلام التي يرغب في مشاهدتها.(٥١)

وبذلك اصبح البث الفضائي المباشر السمه الغالبه التي طبعت عقد التسعينات من القرن الماضي ، وعد ذالك تطورا تقنيا مكن المعنيين من الاتصال وتحقيق التواصل بين القطاع الفضائي واجهزة الاستقبال الارضية بصورة مباشره دون المرور بالمحطات الارضية أو أي محطة ترحيل اخرى ، كما إن هذا التطور الاتصالي أتاح إمكانية الإرسال التلفزيوني المباشر وايصال البث الى شاشات الاستقبال التلفزيونية في المنازل بشكل مباشر، بمجرد استخدام هوائي صغير يثبت على جهاز الاستقبال ومن دون تدخل المسئولين في البلدان المستقبلة لهاذا البث . (٥٢)

ومن ثم تلاحقت بعد ذالك التطورات المتسارعة في تقنيات الاتصال الفضائي لتنقل البث التلفزيوني الى مرحلة جديدة لم يشهدها من قبل ؛ وذلك بالتحول من تعدد القنوات الفضائية المباشرة الى القنوات الفضائية الرقمية التي اتاحت امكانيات جديدة لم تعرفها البشرية من قبل سواء من حيث الدقة والوضوح أو من حيث السعة وشمولية التغطية.

الفصل الثالث

البث التليفزيوني من خلال القنوات الفضائية الرقمية

تعد القنوات التلفزيونية الرقمية من الانجازات الحديثة التي أوجدت حلولاً منطقية للعديد من المشكلات التي واجهت البث التلفزيوني .

فقد ساعدت تقنيات البث الرقمي من حل إ شكالية ازدحام البث وأسهمت في توسيع الخدمة من خلال تعدد القنوات التي اتاحهاهذا النظام ، بتقديمه مزيداً من القنوات الرقمية المضغوطة التي تبث من خلال الاقمار الصناعية الحديثة لتقديم خدمات تلفزيونية جديدة عن طريق الاشتراك المشفر ، وتتجسد أهمية هذه الخطوة بتحقيق ما يمكن تسميتهُ بالتلفزيون التفاعلي الذي يقدم خدمات متنوعة في غاية الأهمية . (٥٢)

ساعد هذا الإنجاز في تقدم البث الساتلي بخطوات بالغة السرعة والدقة استطاع خلالها تغطية معظم البلدان المتقدمة ، ففي اوربا وضعت منظمة (ASTRA) خطة أطلقت بموجبها ثلاثة أقمار صناعية تحمل قنوات رقمية خلال المدة من تشرين أول عام ١٩٩٥م الى منتصف عام ١٩٩٧م ، كما قامت منظمة (utel- sat) باطلاق خمسة أقمار صناعية رقمية خلال المدة السابقة ذاتها في الموقع المداري (East-١٣) وتوالت التطورات في هذا المجال حتى شملت معظم دول العالم الصناعي المتقدم مبتدئةً ببريطانيا ، ومن المؤمل إن يغطي هذا النوع من البث معظم دول العالم بمن فيها الدول النامية،على الرغم من المصاعب الفنية والمالية التي تواجة تعميم البث الفضائي الرقمي المباشر.

تجدر الاشارة الى إن هناك مشكلات سياسية معقدة تحول دون تعميم هذا النوع من البث الفضائي ،ويأمل المسؤولون والمهتمون بالاتصالات الفضائية إيجاد حلول سريعة لهذهِ المشكلات والصعوبات من خلال الجهود الدولية المكثفة لتنفيذ وتنظيم هذا النوع من البث، فعلى سبيل المثال تتفق معظم بالعالم وبخاصةً الغربية منها على استخدام التشكيل الذبذبي(p. p. s. k) ، وهناك قبول جماهيري واسع لاستخدام التشكيل الذبذبي(QZM/٦٤QAM٢٥٦) لشبكات التلفزيون الكابلي الرقمي، إلا أن التشكيل المزمع استخدامهُ لشبكات الارسال التلفزيوني الرقمي الارضي يختلف من منطقة الى اخرى فهو تشكيل

(OFDM) في اوربا واليابان وتشكيل (VSB-٨) في الولايات المتحدة الامريكية، وبذلك لا يوجد إ تفاق عام على المستوى الدولي لاستخدام نظام قياسي موحد، وهذا الامر يعد مشكلة لبلدان العالم الثالث، يدعوها الى إن تسعى بجدية لتقريب وجهات النظر فيما بينها للاتفاق على نظام قياسي موحد لبلدانها والاستفادة من هذه التقنيةالحديثة للتعجيل بتنفيذ برامج التنمية لبدانها.(٥٤)

ووفقاً لهذه التطورات التي سبقت الاشارة اليها، اخذ البث يتطور وينتشر بشكل كبير في الكم والنوع ، وان شركات الانتاج الكبرى أخذت تتنافس فيما بينها من اجل الاستحواذ على أوسع ما يمكن من مساحات البث، وقد حصلت هذه التطورات بفعل تطورات تقنية مهمة كالحاسوب والاقراص الرقمية التي استُخدمت لمختلف الاغراض التلفزيونية كالتخزين والمونتاج . الخ

ساعدت القنوات الرقمية في الارسال الساتلي والكابلي على البث بدرجة عالية من الوضوح، وان دول عديدة في العالم ترى- إن نظام يوريكا للاذاعة الصوتية الرقمية(EURENA - DAR) الذي استخدم من قبل اتحاد الاذاعات الاوربية يُعَدّ أفضل حل لمعالجة مشكلة الترددات(TVHF-٢) جيجا هيرتز ارضياً ، ومجال (٢-١) جيجا هيرتز عبر السواتل، لكونهُ نظاماً موثوقاً به من حيث الجودة والوضوح بحسب راى المراقبين ، وتوصلت مجموعة التحالف الكبرى للاتصالات والقنوات التلفزيونة الرقمية في الولايات المتحدةالامريكية (Grand - Aliance) المؤلفة من مجموعة الشركات المخصصة لنظام التلفزيون الرقمي المتطور(ATV) الذي يستخدم نظام(MPEG) في النقل والتشفير،ويتم حالياً استخدام هذا النظام لانهُ اثبت عمليا بأنهُ يحقق افضل تغطية من نظام (NTSC)في حين استخدمت اليابان منذ زمن نظام كلير فزيون الذي ينقل صورة عالية الدقة جيدة الوضوح،غير إن اجهزة الاستقبال لهذا النظام قليلة الانتشار بسبب ارتفاع تكلفتها.(٥٦)

يشير المرصد الاوربي للخدمات السمعية والمرئية الذي يضم ثلاثة وثلاثين دولة اوربية ،الى انهُ اطلق اكثر من (٩٨) قناة تلفزيونية جديدة، وان

اسواق لتلفزيون في تطور وتوسع مستمرين ، ووفقا لاحصائيات عام ١٩٩٥م يرجع المراقبون اسباب هذا التطور الى تطورتقنيات الاقمار الصناعية وتوسع قدراتها وامكاناتها بعد ادخال النظام الرقمي اليها، فضلا عن قيام المعنين بهذا النظام بالمتابعة المستمرة لحسن سير الوسائل التكنولوجية وتطوراتها التلاحقة، ينطبق ذلك على بلدان اوربا الوسطى والشرقية والبلدان الاسكندنافية(٥٧)

كما حلل المراقبون اسباب هذه التطورات وارجعوها الى ثلاثة عوامل رئيسية :(٥٨)

أولا :- نمو الهياكل الاساسية لنظام التلفزيون الكابلي بنسبة ١١،٦٪ في اوربا الوسطى والشرقية والبلدان الاسكندنافية.

ثانيا :- عودة الاستثمارات الاعلانية الى التلفزيون وارتفاعها بنسبة ١٤،٧٪ خلال عام ١٩٩٤م ثم تصاعدت تلك الاستثمارات بعد ذلك بشكل كبير.

ثالثا :- تطور قنوات التلفزيون التي تتبع نظام الاشتراك بنسبة تفوق ٢٥٪

المالتيميديا تطور جديد في تقنيات الاتصال والخدمات التلفزيونية :

هنالك تطورات جديدة في ثورة الاتصالات ظهرت في ا لعالم المتقدم،وخاصة في الولايات المتحدة الامريكية واوربا الغربية، كانت في غاية الاهمية اطلق عليهاالطريقة السيارة للأتصال ،أو ماسمي (بنظام الوسائط المتعددة للأتصال Multimdea) وقد اضحت هذه العبارة عنواناً علمياً جديداً، وأملاً يعول علية الكثيرين في ميادين:-السياسة والأعلام والأقتصاد في معظم مناطق العالم وبخاصة العالم المتقدم،واصبح هذ المشروع موضع اهتمام للرئيس الامريكي السابق(كلنتون) منذ انتخابهُ رئيساً للولايات المتحدة الامريكية، وقد اوكلت مهمة الاشراف على هذا المشروع وتنفيذهُ الى نائب الرئيس الامريكي الاسبق (الكور) الاخصائي في علم المعلومات والاتصالات ،الذي تكفل بأخراج هذا المشروع الى أرض الواقع، وبذلك احتل هذا المشروع اولوية إستراتيجية في حسابات الادارة الامريكية السابقة ،بأعتبارهُ يشكل منطلقاً لعمليات تغيير جذرية في نمط الحياة الامريكية وحياة الكثير من شعوب العالم في المدى

المنظور، ذلك لأنهُ بفضل هذا المشروع التقني المتطور ذو الخدمات المتعددة والشاملة، الذي أضحت بفضله مختلف شبكات الاتصال العالمية مرافق اساسية وحيوية للانتشار والمرور في كل مكان من العالم .

ومن المؤمل إن يدخل هذا الاكتشاف كل بيت،وقد اشارت الخطة التي نشرت في ايلول من عام ١٩٩٣م في الولايات المتحدة الامريكية تحت عنوان (N.N.L)، الى انهُ سيكون لهذا الانجاز الجديد مردود كبير في الميادين: الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والاعلامية ،لأن بأمكانهِ أن يحل مشكلات مزمنة كثيرة ويتجاوز أزمة الدعاية النظيفة،ويساعد في اصلاح البرنامج التربوي ونظام التعليم من خلال تدعيم التكنولوجيا وتعزيز دورهما على المستوى العالمي،وبخاصة في مجال الاتصالات واتقنيات السمعية والبصرية. (٥٩)

وقد اطلقت ادارة الرئيس الامريكي السابق كلنتون مبادرة اسمتها بمبادرة(البنية التحتية للمعلومات–N.I) في اطار هذا المشروع ،وذلك لاتاحة امكانية توفير كميات هائلة من المعلومات تضعها تحت تصرف المستخدم من خلال شبكة متناهية السعة ستمكّن الاذاعيين من تقديم خدمات معلوماتية كبيرة.

فعلى سبيل المثال: سيكون جهاز الاستقبال التلفزيوني بفضل هذا الاكتشاف بمثابة حاسوب يُمكن المستخدم من تخزين كم هائل من المعلومات، يتيح امكانية استعادتها في أي وقت تمس فيه الحاجة اليها،كما مكّن هذا الانجاز اجهزة الاستقبال التلفزيوني توفير خدمة بأتجاهين من خلال توفير خط راجع لانزال معلومات اضافية في جهاز التلفزيون لها علاقة ببرامج التلفزيون والخدمات التفصيلية التي يمكن أن تفيد رجال الاعمال والمشاهدين بصوره عامة. (سيما وأن نظام (ميوزMuse) الياباني للارسال التلفزيوني الرقمي عبر السواتل تمكن من توفير قناة بيانات بسعة (١٨٤) كيلوبايت/ثا ، وفضلا عن ذلك تمكّن التلفزيون الياباني (N.H.K) ،من تطوير نظام تجريبي، من خلال إعتماد توجية الاتحاد الدولي للاتصالات بسعة (١١٢٦) بايت/ثا،وتم عرض هذا

النظام الياباني الذي يستخدم عدة نوافذ على الشاشة لإظهار النصوص والرسومات والصور الثابتة والمتحركة التي يتم التحكم بها من قبل المستخدم .

وفضلاً عن ذلك قام التلفزيون الياباني بتطوير نظام آخر يعتمد على طريقة ذكية تمزج بين الانتاج المنفصل والانتاج الموحد ،كما صورت الشبكة اليابانية نظاماً يسمح للكاميرا بالتحرك بحرية تامة بأتجاه توليد الحاسوب للخلية المتجانسة المناسبة ، وبفضل هذا النظام توفرت امكانية معالجة المونتاج وعرض البرامج بواسطة الحاسوب بدلاً من منتجة الشريط فديوياً، وأن كل هذه الخدمات المتعددة تتميز بالوضوح والدقة،تمكّن المشاهد من مشاهدة البرامج من مسافات قصيرة وعلى شاشات كبيرة.(٦١)

ولعل أهم ما تجدر الاشارة اليه، إن المالتيميديا أو نظام الوسائط المتعددة ما تزال نظام تجريبي قابل للتطوير من حيث السعة والتنوع والتعدد في الخدمات لتي تقدمها، على الرغم من كل ما انجز من خدمات بفضل هذا الاكتشاف، لذلك يمكن اعتبارهذا المشروع ميدانا خصبا لاستثمارات هائله، خاصة وانهُ مشروع استثماري دولي استثمرت فيه عدة مليارات من الدولارات لاهميتهُ المستقبلية، وان معظم هذه الاستثمارات جاءت من القطاع الخاص، بعد إن تجاوز هذا المشروع الحدود الامريكية ليمتد الى اوربا وا ليابان، وقد اعلن (جاك دولار) الرئيس التنفيذي السابق للمجموعة الاوربية المشتركة عن مباشرة اوربا في مشروعات مماثلة فردية وجماعية، وان أول دولة أوربية تبنت مشروعاً وطنياً فردياً في هذا المجال هي فرنسا، ومن جهة أُخرى أُعلن عن دخول استثمارات خليجية الى هذا المشروع الاتصالي المتطور،الذي ستتجاوز الاستثمارات العالمية فيه الثلاثة آلاف مليار دولار خلال الاعوام الاولى من الالفية الثالثة، وستكون لهُ اثاراً عميقة على كافة اوجة الحياة الاجتماعية في العالم المعاصر.(٦٢)

واول هذه الاثار ستنعكس على البث التلفزيوني وتقنياتهُ، وبخاصة القنوات الفضائية الرقمية التي ستمكّن المشاهدين من التعرض الى مئات البرامج

المنوعة في آن واحد، وستتفاعل تقنيات عديدة في نقل الاشارات التلفزيونية مثل :- خدمات الكابل والالياف الضوئية والهوائيات المستديرة والموجات الذبذبية المتناهية في الصغر والنقل المباشر للاشارات ... الخ

وسينتهي دور القنوات الجامعة ليحل محلها التلفزيون المرمز الموجة بالشفرة وستدخل بيوتنا البرامج ذات الطابع التخصصي ،وسيكون للتلفزيون الحواري دور كبير في برامج التنمية والتطور في المجتمعات كافة وبخاصة النامية منها، من خلال مساهمة هذا النوع من التطورات الاتصالية في نقل العلم والمعرفة وتبادل الخبرات ونقل المستحدثات ونشرها على نطاق واسع بما يخدم الشعوب النامية، كما سيكون لمثل هذه المشاريع الاتصالية دور كبير في حل المشكلات الاجتماعية التي تعاني منها البلدان النامية.

ويتيح هذا المشروع إمكانيات جديدة للتعامل الاقتصادي من خلال التلفزيون المنزلي، وإن كان هذا النوع من التعاملات اصبحَ واقعاً معاشاً في العديد من المجتمعات المتقدمة التي استفادت من الانترنت والحاسوب الذي يقوم بوظيفة التلفزيون والتلفزيون الذي يقوم بوظيفة الحاسوب ، وقد مكّن هذا الجهاز الجديد من الاستفادة من الخدمات الاضافية التي يوفرها هذا الجهاز الجديد كالهاتف والفاكس والفيديو وعمليات خزن المعلومات واسترجاعها واستثمارها، وأتاح إمكانية الملائمة بين وسائل الاتصال وجميع انواع المعلومات . (٢٣)

أن حصيلة هذه التطورات التقنية المهمة تشير بوضوح الى احتدام التنافس بين الفضائيات الدولية على بث البرامج الاقناعية بقصد الاستحواذ على طبقات الرأي العام على اختلاف توجهاتها السياسية وطبائعها الاجتماعية، وهذا النوع من التنافس سيمتص الموارد الاقتصادية الضخمة الآتية من الاعلان والدعاية التجارية، وسوف يستحوذ على الجماهير في المجتمعات المحلية التي سوف لن يكون للمحطات الوطنية سلطان في المحافظة على ولائها، مما سيحد من أهمية المحطات الوطنية وبخاصة العربية منها ، وقد حصلت هذه التطورات بصورة فعلية . فأصبحنا نعيش واقعاً اصبحت فيه المجتمعات العربية مكشوفة أمام

التاثيرات الخطيرة للقنوات الفضائية الاجنبية المعادية، التي يمكن وصفها بأنها قنوات متطورة في التقنية والمضمون والاساليب الفنية؛ تعتمد معظم برامجها على الدراسات العلمية الدقيقة والابحاث الاكاديمية الجادة، لهذه الاسباب استحوذت على اهتمامات المشاهد العربي .

ومما يزيد من مخاطرتاثير القنوات الفضائيه الاجنبية على المشاهد العربي، إن معظمها وظفت في الاستراتيجيات الدولية الكبرى، التي تخفي ورائها مصالح اقتصادية ودوافع سياسية واجتماعية متعددة الابعاد، ومما زاد من مخاطرها على المستمع والمشاهد العربي ، انها تبث برامجها باللغة العربية وتستخدم كفاءآت إعلامية عربية واساليب متقنة لتحقيق غاياتها، والاعجب من ذلك إن بعضها يمول باموال عربية، ومعظمها تستخدم أقمار عرب سات وآسيا سات ويوتلسات لإيصال برامجها الى المشاهدين العرب!! (٦٤)

ومما ضاعف من مخاطر هذه الظاهرة إنطلاق العديد من المحطات الاجنبية الناطقة بالعربية وان معظمها تمول وتوجة من من دول وجهات معادية للمجتمعات العربية والاسلامية مثل قنوات أبوظبي والحرة والعربية والجزيرة وL-B-C ... الخ

إن أهم ما تجدر الاشارة اليه، إن القنوات التي لاتمولها الولايات المتحدة الامريكية أو احدى الدول الاوربية، تقع في لائحة القنوات التجارية التي تمول من القطاع الخاص الاجنبي ،الذي لاتختلف دوافعهُ وأهدافهُ عن دوافع الحكومات الراسمالية الصناعية الكبرى، ومن الامثلة على هذا النوع من المحطات التجارية :- تلفزيون الشرق الاوسط (M.B.C) الذي يبث بأكثر من قناة ومقرهُ لندن،وشبكة راديو وتلفزيون العرب (A .R .T) التي تبث بأكثر من قناة واكثر من لغة ومقرها روما. وشبكة (S. E. R. G) التي تبث من سويسرا، وشبكة (أوربت -orbit)التي تبث من روما بأكثر من لغة وبعدة قنوات وببرامج منوعة معظمها موجهة بأتقان ضد المجتمعات العربية والإسلامية، من

خـلال تركيـزها علـى الدعاية والاثارة والغزو الثقافي والفكري فيإطارخطة شاملة للتعامل النفسي والحرب النفسية. (٦٥)

إن توسـع الـبث الفضائي المباشـر في المـنطقة العـربية أخـذ يـستحوذ على أعـداداً متـزايدة مـن الجمـاهير العربية ،ويؤثـر علـى قطاعـات واسـعة مـن هذه الجماهير،من خلال برامجهُ الجذابة والمشوقة وقدرتهُ العالية على المنافسة، من خـلال اعـتمادهِ علـى الايقـاع الـسريع والخفة والحركة والمهنية العالية لكوادرهُ المـؤهلة ، ومـن خـلال تقنـياتهُ العالية الدقة التي حجبت الرؤيا عن المحطات الوطنـية الـرسمية جعلتها غـير قـادرة على المنافسة لضعف امكانياتها في تلبية متطلـبات مـشاهديها واشـباع رغـباتهم المتنامـية، وبالتالـي فأن هذه المحطات سـوف تكون عاجزه عن الاحتفاظ بجمهورها والتأثير فيه ،ومما يزيد من خطورة هـذا الامـر:- إن القـنوات الفـضائية الاجنبـية، أخـذت تتـنافس علـى جـذب الكفاءآت والمواهب الابداعية العربية من خلال إغرائها بشتى المغريات والحوافز التي تفوق تلك التي تحصل عليها في بلدانها بمئات المرات .

فعلى سبيل المثال،قامت محطة (M.B.C) في لندن بالتعاقد مع اعداد كبيرة مـن الفـنانين والفـنانات العـرب من مـصر وسـوريا ولبـنان وقدمت لهم عروض مغـرية ،كما قامـت محطـات اخرى من شبكة أوربت في روما، بشراء اثني عشر مـرفقا انتاجـيا في عـدد مـن البلدان العربية لاستخدامها في بث برا مج متواصلة طوال الـيوم علـى هـذه الـشبكة الى المجتمعات العربية، التي اضحت خاضـعة ومستـسلمة للـبث الاجـنبي الوافد الوافد،لذلك فإن دخول مثل هذا التنافس الى المـنطقة العـربية سـوف يحـسم النتـيجة لـصالحهُ بالتأكـيد وسيحرم المحطات العـربية الـرسمية مـن الكفـاءآت والمـواهب والابداعات التي هي بأمس الحاجه ليهـا، لتطوير انتاجها البرامجي بما يوازي البرامج الوافده من الخارج وبالتالي فـإن هذا التنافس سيحرم القنوات العربية من الاعلان وموارده كمصـدر اقتصادي مهـم لايمكن الاستغناء عنه في عصرنا الراهن،وإن مثل هذا الامر سينعكس بآثار

سلبيه علـى القـنوات لعـربيه وامكا نية تطويراً سـاليبها وتقنياتها،لانه سيحول معظم المعلنين الى القنوات الاجنبيه التجاريه ذات الشـهرة الواسـعه. (٦٦)

وإن ذلـك يمثل تحديا خطيرا، سوف يفرض على البلدان العربيه أن تسعى منفـرده أو بـشكل جماعي مـن خـلال المنظمه العربيه للاتصالات الفضائيه،الى تطويـر إمكاناتهـا التقنـيه والفنـيه حتـى تصل بها الى الشكل أو المستوى الذي يضمن لها منافسة القنوات الوافده، و هذا الامر اضحى ضروره لايمكن تجاهلها أو تجاوزها،لـذلك تجـد إن معظـم محطـات التلفزه ا لعربيه سعت الى اسـتئجار قـناة فضائيه أو اكثر تبث على مدار الساعه منذ عام ١٩٨٩م الى الوقت الحاضر، وإن بعضها اضحت تبث بخمس قنوات أو أكثر مثل مصر ولبنان وسوريا ...الخ

بدأ هذا التوجه إعتبارا من عام ١٩٩٣م، و فضـلا عن ذلك يشهد البث العربي اليوم تطـوراً آخـر: تمـثل في إسـتئجار قـنوات فضائية أجنبية تبث الى المنطقة العـربية بـرامج باللغـة العـربية بمـا يحـيط بهـذا النوع مـن البث مـن شكوك ومخاوف؛ وقـد شهد عام ١٩٩٥م إطلاق الجيل الثاني من اقمار عرب سات،الذي تم حجز معظم قنواته من قبل ا لمحطات العربية الرسمية،واُتيحت الفرصة أمام شركات ا لقطاع الخاص لاول مرة حجز بعض القنوات . (٦٧)

وخـلال هـذه المرحلة شـهدت البلدان العربية قنوات فضائية رقمية وفرت إمكانـية نقـل اكثـر مـن (٨) بـرامج تلفـزيونية علـى قناة قمرية واحدة ، وقد وضعت عرب سـات خطط لجعل الجيل الجديد من أقمارها قادراً على توفير(٣٤) قناة تلفزيونية ، كما سعت الى خفض كلفة الاشتراك من خلال إستخدامها جهاز مـوحد للارسـال والاسـتقبال في آن واحد ؛ وهذا النوع من الانظمة يحفظ للجهة المرسلة خصوصيتها واستقلاليتهـا، من خلال تشفير الارسال لمنع الاستقبال غير المـرخص بـه ويصبح بامكانها إرسال حوامل صوتية مصاحبة بغير لغة البرنامج الرئيـسية، وتـوفير إمكانية دبلجة البرامج الاجنبية الى العربية،لاستخدام لغتنا العـربية بالـبث مثلما تفعل الكثير من دول العالم، يأتي ذلك تمشياً مع اهداف

عـرب ســات والتي تأتي متناسقة مع الاهداف التي حددها ميثاق جامعة الدول العربية في هذا المجال (٦٨).

ويـؤكد الاستاذ رؤوف الباسـطي ممثل عـرب سـات في التجمعات الدولية للاتـصالات الفضائية تطور القنوات الفضائية العربية،وفتح المجال امام القطاع الخـاص لاول مـرة للتـنافس مـع المحطـات العـربية الرسمية ، يأتي ذلك بعد تـشغيل اكثـر مـن (٢٥) قـناة تلفـزيونية رقـمية خاصةأصـبحت تـنافس القـنوات الحكومـية ، وقـد رافـق ذلـك نمواً متزايداً في أعداد الاطباق المرخصة للأستقبال التلفزيوني المباشر، وبخاصة في تونس والاردن وعُمان والمملكة العربية السعودية ... وأهـم مـا تجـدر الإشـارة إليه في هـذا المجال:- إن هذه التطورات ليست بمستوى الطموح المنشود الذي يمَكّن البلدان العربية من الحفاظ على جمهورها ، ويحقق لها التنافس مع الفضائيات الدولية التي كان لها تفوقاً ملحوظاً في مجال الـبث التلفزيونـي المباشـر، و تعـدد القـنوات التلفزيونية وتنوع البرامج وتحسن مسـتوى الانتاج وتطور مسـتوى الاساليب الفنية، فضلا عن التطورات الهائلة في مجال تقنيات الاتصال وبخاصة الفضائية منها،لهذه الاسباب حصلت إخفاقات واضـحة في العديـد مـن المشاريع التنموية العربية وكان الاعلام أحد عوامل ذلك الإخفـاق لما للأعلام من دور مؤثر في التنمية ، فقد أثبتت التجارب العالمية ، إن لوسـائل الاعـلام وبخاصـة المسموعة والمـرئية مـنها قـدرة هائلـة في التأثيرعلـى المجتمعات وتسريع تنفيذ مشاريع وبرامج التنمية.(٦٩)

مراجع الباب الأول وهوامشه :

١- د.ابراهيم امام ،الاعلام الاذاعي والتلفزيوني،القاهرة،دار الفكر العربي للطباعة والنشر،١٩٨٤م،ص٢٥٦.

٢- د. يوسف مرزوق،مدخل الى حرفية الفن الاذاعي والتلفزيوني،القاهرة،مطبعة الانجلو المصريه للطباعة والنشر،١٩٧٥م،ص٧.

٣- محمد فتحي،الاذاعة المصرية في نصف قرن ،القاهرة،مطابع الاهرام المصرية، ١٩٨٤م ، ص ٥٥.

٤- د.يوسف مرزوق ، فن الكتابة للاذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر ، ١٩٨٨م ،ص ٧٧.

٥- صلاح الدين عامر ،مذكرات في الهندسة الاذاعية ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٢م بحث غير منشور ، ص٧.

٦- د.يوسف مرزوق ،فن الكتابة للاذاعة والتلفزيون،مصدر سابق،ص ٧٨-٧٩.

٧- د. خالد حبيب الراوي ، تاريخ الاذاعة والتلفزيون في العراق ، بغداد ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، ١٩٩٢م ، ص ١٠ -١١.

٨- د. يوسف مرزوق ، مدخل الى حرفية الفن الاذاعي والتلفزيوني ، مصدر سابق ، ص ٨١.

٩- د .عبد الجبار ولي ، دور الراديو والتلفزيون في التنمية ، مجلة الفنون الاذاعية والتلفزيونية ، العدد ١٤، ك١ ، ١٩٧٧ م ص ٧٨.

١٠- د. فوزية فهيم ، الفنون الاذاعية والتلفزيونية ، بيروت ، المركز العربي للثقافة والفنون ، بدون تاريخ ، ص٤-٧.

١١- فاروق عمر التلفزيون في الجمهورية العربية المتحدة ، سلسلة من الشرق الى الغرب ، العدد٥ ، بدون تاريخ ، ص١٣-١٤ .

١٤- د. محمـد ضـياء الـدين عـوض ،التلفـزيون والتنمـيه الاجتماعـيه ، القاهره،الدار القوميه للنشر والتوزيع ، ١٩٦٥م ،ص ٣٥.

١٣- المصدر السابق نفسه ، ص ٣٧.

١٤- حماد البني ،جولة مع التلفـزيون ؛ القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥م ، ص ٦-٧.

١٥- ناطـق خلوصـي ، مقالات في التلفزيون ، سلسلةالموسوعة الصغيرة رقم ٢٨ ،بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة ،١٩٩١م ، ص ١١-١٢.

١٦- د .محمد ضياء الدين عوض ؛ التلفـزيون والتنمية الاجتماعية ، مصدر سابق ، ص٣٨-٣٩ .

١٧- حماد البني ، جولة مع التلفزيون ، مصدر سابق ، ص٧.

١٨- د.محمد ضـياء الـدين عوض ، التلفـزيون والتنمـية الاجتماعية ، مصدر سابق ، ص ٣٨-٣٩.

١٩- ناطق خلوصي ،مقالات في التلفزيون ،مصدر سابق ، ص١٣-١٤.

٢٠- المصدر السابق نفسه ،ص ١٦.

٢١- المصدر السابق نفسه ، ص ١٦-١٧.

٢٢- د.جيهان احمد رشتي ، الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون ،القاهرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر ،١٩٧٩م ،ص ١٠٢.

٢٣-(شبكة اليوروفزيون) :- هـي شبكة فضائية تضم مجموعة بلدان اوربا الغربية لأغراض التنسيق وتبادل البرامج الاذاعية والتلفزيونية بين الدول الاعضاء ،وتعمل هـذه الشبكة على تنشيط التعاون بين الدول الاعضاء في المجالات السمعية والبصرية ويعتبرها البعض دار مقاصة بين المشتركين في الشبكة ، تم إنشاء هذه الشبكة بناءاً على إقتراح مارسيل بيزنسون رئيس شبكة الراديو السويسرية في عام ١٩٤٨م، حين قدم اقتراحهُ المتضمن فكرة انشاء الشبكة داعياً

جميع أعضاء الاتحاد الدولي للراديوالى عمل برنامج يسهل عمليات الانتاج التلفزيوني وتبادلهُ بين جميع اعضاء الشبكات القومية في جميع انحاء القارة الاوربيه ،وذلك من خلال إنشاء هيئة تصب فيها كافة المحطات برامجها من اجل إن تكون تحت تصرف الدول الاعضاء، الان هذه الشبكة لم تباشر عملها بصورة رسمية الى في عام ١٩٥٤م، وهوالعام الذي أعتمد فيه اسمها الذي اقترحهُ الصحفي البريطاني (Georgecampay)، وبمجرد أن أُعلن اسم الشبكة سارعت الدول الاوربية في الانضمام اليها ، ففي أوائل عام ١٩٦٤م كان في الشبكة ٢٩عضواً عاملاً و٢٨عضواً مشاركاً من كافة أنحاء العالم ، أصبح نشاط هذه الشبكة دولياً بعد أن توسعت خلال السبعينات لتضم العديد من الدول الاوربية والافريقية ومن امريكا اللاتينية، اتصلت هذه الدول مع بعضها بدوائر ارضية واضحت هذه الشبكة تخدم اكثر من ٦٠ مليون جهاز استقبال تمثل ٣٥٠ مليون مشاهد، كما ضمت الشبكة اكثر من ٥٦ منظمة اذاعية ، واسهمت في تنشيط تبادل البرامج وزيادة عدد ساعات الارسال وانعكس ذلك على تطور التلفزيون الدولي.

انظر: Heins-Dietrich Fischer, The contrinution of Eurovision and Intervision to Giebal Television , in fisher and Merril,,eds,, international Communication ,,N.Y,, Hasting House, ١٩٧٦,P.٣٥٠ ،

Asian Expand New Exchange Intermedia ,١٩٧٥, Vol,٢,No,٥,P,٨ ؛

٢٤- ناطق خلوصي ، مقالات في التلفزيون ، مصدر سابق : ص١٤-١٥.

٢٥- توم بيتل ،دور وسائل الاعلام في نشر الخبر ، ترجمة انطوان خوري،الولايات المتحدة الامريكية ،وكالة الاعلام الامريكية ، بدون تاريخ ، ص٢٤.

٢٦- المصدر السابق نفسه ،ص١٩.

٢٧- المصدر السابق نفسه ،ص٦.

٢٨- المصدر السابق نفسه وتقس الصفحة.

٢٩- جاء تأسيس(شبكة الانترفزيون)، بقرار من المجلس الاداري الأعلى للمنظمة الدولية للراديو والتلفزيون، في ٢٨ينايـر١٩٦٠م،بأعتبارها شبكة اعلامية مركزية غير دعائية تربط بين انظمة التلفزيون في الدول الاشتراكية السابقة ، ومن اول الدول التي أسهمت في هذه الشبكة : بولندا وتشيكوسلوفاكيا السابقة والمجر والمانيا الديمقراطية سابقاً، وفي عام ١٩٦٢م انضم الاتحاد السوفيتي السابق الى الشبكة، وفي عام ١٩٦٣م دخلت كل من رومانيا وبلغاريا اعضاءاً عاملين، اتخذت هذه الشبكة من بودابست مقراً لها، ثم انتقل مركز التنسيق والمركز الفني الى براغ ليكونا تحت إشراف المنظمة الدولية للراديو والتلفزيون (OIRT).

انظر: دجيهان احمد رشتي ، الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون ، مصدر سابق ، ص٢٤٧-٢٤٨ .

٣٠- ناطق خلوصي ، مقالات في التلفزيون ، مصدر سابق ، ص ١٧-١٨.

٣١- د. جيهان احمد رشتي ، مصدر سابق ، ص٢٧٧-٢٧٨.

٣٢- شبكة (آسيا فزيون) من الشبكات الاقليمية المهمة لدول جنوب شرق آسيا في مجال التنسيق وتبادل البرامج بين الدول الاعضاء، تأسست عام ١٩٦١م من قبل مجموعة من الشركات المصنعة للالكترونيات وبعض المذيعين الذين اجتمعوا في اليابان لدراسة إمكانية ربط التلفزيون الياباني مع الانظمة الاخرى في الشرق الاقصى بصوره مباشرة ، بدأ هذا المشروع تجارياً ثم توسع ليشمل بلدان جنوب شرق آسيا من الفلبين الى الباكستان.

انظر: د. جيهان احمد رشتي ،الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون ، مصدر سابق ،ص ٢٧٨.

٣٣- المصدر السابق نفسه ، ص ٢٧٨-٢٧٩.

٣٤- (شبكة نورد فزيون)هي :- منظمه اتصالية إقليمية، من أهدافها تحقيق التعاون والتنسيق وتبادل البرامج بين الدول الاسكندنافية، أخذت هذه الشبكة على عاتقها تطوير الخدمات التلفزيونية بين الدول الاعضاء ،

اتفق رؤساء الاذاعات في هذه الشبكة عام ١٩٧٠م على انشاء مكتب خاص برئاسه دوريه كل سنتين ، كما اتفقوا على انتخاب السكرتارية التي اتخذت من فلندا مقراً لها كل سنتين ايضا ، وأهم ما قامت به الشبكة، انتاج البرامج المشتركة وتبادلها بين الدول الاعضاء ،فضلاً عن التعاون الفني والاداري والمالي المشترك.

انظر: د.جيهان احمد رشتي ، المصدر السابق نفسه ، ص٢٧٠-٢٧٢.

٣٥- المصدر السابق نفسه ، ص٢٦٨-٢٧٢.

٣٦- د خالد حبيب الراوي ،تاريخ الاذاعة والتلفزيون في العراق ،مصدر سابق،ص ١٠٣-١٠٤.

٣٧- محمد ضياء الدين عوض ،التلفزيون والتنمية الاجتماعية ، مصدر سابق ، ص٤٣-٤٤.

٣٨- **-Dizord. Television , Aworld view(N.Y):university press ,١٩٦٧, p. ٩٩.**

٣٩- جيهان احمد رشتي ، الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون ، مصدر سابق ، ص٢٨٧.

٤٠- (تلستار) :- هو اول قمر صناعي تطلقهُ الولايات المتحدة الامريكية الى الفضاء الخارجي ، بعد القمرالصناعي الذي اطلقهُ الاتحاد السوفيتي السابق في عام١٩٥٧م اطلق عليه اسم (سبوتنك – Sputnik) باستخدام صاروخ (Aggregate) ، وهو الصاروخ الذي اخترعهُ الالمان عام ١٩٤٢م واطلقوهُ ضد بريطانيا في الحرب العالمية الثانية ، وكان الهدف الذي من اجلهُ اطلق الاتحاد السوفيتي السابق هذا القمر عسكريا لردع التهديد الامريكي ابان الحرب الباردة ،وقد اعتبرت الولايات المتحدة هذا الحدث تحدياً خطيراً لأمنها ومصالحها، مما دفعها الى البحث الجدي لغزو الفضاء ومجابهة التحدي السوفيتي، فأوكلت الامر الى شركة التلفون والتلغراف للتعاون مع وكالة الفضاء الامريكية (ناسا)، وبالفعل تم اطلاق القمر الصناعي

الامريكي التجاري في العاشر من تموز ١٩٦٢م، وكان يحمل إسم (تلستار– Telestar) ، تجدر الاشارةالى إن الاتحاد السوفيتي السابق والولايات المتحدة الامريكية اطلقوا آلافاً من الاقمار الصناعية خلال الحرب الباردة كان ٨٠٪ منها مخصصاً للاغراض العسكرية و١٠٪ فقط للاتصالات والاغراض الخدمية الاخرى ومع تلاشي حدة الحرب البارده تحولت أبحاث الفضاء في جانب كبير منها للاغراض السلمية المتعلقة بالاتصالات والبث الاذاعي والتلفزيوني والخدمات ذات الاستعمال المزدوج.انظر:

John - L -Mitchell ,(Seehing aNewinternational order of Formatio:Astatemate),Madia Asia,Vol,٦,١,١٩٧٨,PP.١٤–١٥

انظر:– عبد الله شقرون،التلفزيون عبر الاقمار الصناعية وحقوق الاخرين،سلسلة دراسات وبحوث اذاعية رقم ٢٣،تونس اتحاد اذاعات الدول العربية،١٩٨١ص٥٤.

٤١– د. جيهان احمد رشتي الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون،مصدر سابق ص٣٠٩.

٤٢– المصدر السابق نفسه،ص٢١٢.

٤٣– د. هالة العمران،وسائل الاعلام في الخليج العربي بين التطوروالثورة،مجلة الاذاعات العربية،العدد٣،١٩٩٤م،ص٢٨.

٤٤– د. جيهان احمد رشتي،الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، مصدر سابق ص٣١٢.

٤٥– (الاقمار الصناعية الثابتة)،ويطلق عليها اسم الاقمار المتزامنة في بعض الاحيان والاقمار الثابتة احياناً أخرى ،و هي الاقمار التي تحتل نفس المكان في الفضاء بالنسبة للارض وتتحرك بنفس سرعتها مما يجعلها تبدو ثابتة.

٤٦-عبدالله شقرون،التلفزيون عبر الاقمار الصناعية وحقوق الاخرين،مصدر سابق،ص٣٥.
٤٧- جورج مايكل،مستقبل الارسال التلفزيوني الاوربي عبر الاقمار الصناعية وتاثيرهُ على الدول العربية،مجلة الاذاعات العربية،العدد٣،تونس:اتحاد اذاعات الدول العربية ١٩٨٧،ص٦.
٤٨- وليم د- هاوزر،فيل رحلم،الاتصالات والبث الاذاعي المباشر بواسطة الاقمار الصناعية ، ندوة اقمار الاتصالات والخدمات الاذاعية والتلفزيونية،الرياض،جهاز تلفزيون الخليج، ٧-١٠ك ١، ١٩٨١م؛ ص١٢
٤٩- الاذاعات في عشية القرن الحادي والعشرين،مجلة افاق عربية ،العدد٥، بغداد،دار الشؤون الثقافية العامة،مايس ١٩٨٩،ص١٥١.
٥٠- قناة تلفزيونية امريكية للبث المباشر تعمل على نظام الدقه العاليه،مجلة الاذاعات العربيه؛ العدد٢؛ تونس،اتحاد اذاعات الدول العربية،١٩٩٠، ص٢٧.
٥١- محمدعارف،٢٧قناة تلفزيونية فضائية ستزاحم القنوات المحلية،جريدة الحياة ،العدد ١١٣٠٢، لندن، ٢٥ك١، ١٩٩٤ص١٢٥.
٥٢- د. إنشراح الشال،دول نامية في عصر الاقمار الصناعية،القاهرة،دار الفكر العربي،١٩٩٤ ص١٧٣.
٥٣- د. هاله العمران، وسائل الاعلام في الخليج العربي بين التطور والثوره،مصدر سابق،ص٢٨-٢٩ .
٥٤- د. فارس لبادة ،التلفزيون الرقمي ،مجلة الاذاعات العربية ، العدد٤، ١٩٩٥م،ص٣١-٣٢.
٥٥- المصدر السابق نفسه ، ص٣٣.
٥٦- المصدر السابق نفسه ، ص٥٠-٥١ .
٥٧- التطور في استخدام الاقمار الصناعية، مجلة الاذاعات العربية، العدد الاول ، ١٩٩٦،ص ٨١,٨٢.

٥٨- المصدر السابق نفسه ،ص٨٤.

٥٩- د. مصطفى المصمودي ،تلفزيون المستقبل على الطريقة السريعة للاتصال،مجلة الاذاعات العربية ،العدد٣ ،مصدرسابق، ٣٢,٣٣.

٦٠ - تقرير المؤتمر العالمي للاتحادات الاذاعية، مجلة الاذاعات العربية ،العدد ٤ و١٩٩٥ص٥١-٥٢.

٦١- المصدر السابق نفسه ،ص٥٢-٥٣.

٦٢- د. مصطفى المصمودي، تلفزيون المستقبل على الطريقة السريعة للاتصال ،مصدر سابق، ص٣٤.

٦٣- انشراح الشال ،دول نامية في عصرالاقمار الصناعية ،مصدر سابق ،ص٤٠

٦٤- (عربسات-ARABSAT) :- هي المنظمة العربية للاتصالات الفضائية، أنشأت بموجب اتفاقية أقرت في ١٤نيسان ١٩٧٦م،واتخذت من الرياض مقرا لها اطلعت هذه المؤسسه بالنشاطات التي حددتها الاتفاقيه الذكورة لاستثمار وتشغيل قطاع فضائي عربي لخدمة الاتصالات السلكية واللاسلكية والخدمات السمعيه والمرئيه لجميع البلدان العربيه الاعضاء في المنظمه، وفقا للمعايير الفنية والاقتصادية المعمول بها دوليا،جاءت فكرة إنشاء هذه المنظمة من اجتماع مجلس وزراء الاعلام العرب ،الذي انعقد في تونس عام ١٩٦٧م، بلغ رأس مال هذه المنظمة عند إنشاءها ١٠٠مليون دولار امريكي موزعة على الدول الاعضاء بشكل اسهم، وتنص الاتفاقية على وجوب زيادة رأس مال المؤسسة الى ٢٠٠مليون دولار موزعة على ١٠٠٠سهم ،تسهم السعودية بنسبة ٢٦,٢٪، تليها الجماهيرية العربية الليبية بنسبة ١٨٪ ، ثم مصر بنسبة ١٠,٤٪ ؛ والكويت بنسبة٦,٦٪ .

انظر د. سعد لبيب ،دراسات في العمل التلفزيوني العربي،السلسلة الإعلامية رقم ١٤ بغداد،مركز التوثيق الاعلامي لدول الخليج العربي، ١٩٨٢م ص٦٥.

٦٥- د. محمد إبراهيم عايش،التأثيرات المحتملة للبث التلفزيوني المباشر،مجلة الإذاعات العربية،العدد الاول ١٩٩٦م ص٦٥-٦٧.

٦٦- المصدر السابق نفسه،ص٦٨-٧٠.

٦٧- هالة العمران،وسائل الاعلام في الخليج العربي بين التطور والثورة ،مصدر سابق،ص٢٩-٣٠.

٦٨- عمر شوتر ،لمحة سريعة حول تطور عرب سات ،مجلة الإذاعات العربية،العدد الاول،١٩٩٥،ص١٢-١٤.

٦٩- رياض كمال نجم ،وقائع اجتماعات المؤتمر العالمي للاتحادات الاذاعية،مجلة الاذاعات العربية،مصدر سابق،ص٤٧.



الباب الثانى

دورة التليفزيون فى عمليات الاتصال الإقناعى

الفصـل الأول

أهمية الاتصال الاقناعى من خلال التليفزيون

التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية معاصرة، اصبح يحظى بأهمية كبيرة لدى كافة الشعوب وعلى كافة المستويات الرسمية والشعبية ،إذ لايمكن الاستغناء عنهُ في أي من المجتمعات النامية أ والمتقدمة، لما يقوم به من وظائف حيوية في التعليم والثقافة والاعلام ونشر ا لمعلومات والمعارف والمفاهيم ا لفكرية والممارسات الا جتماعية والنفسية المؤثرة في السلوك الفردي والجماعي للمجتمعات الحديثة ، من خلال المعاني والدلالات التي تحملها البرامج الاقناعية التلفزيونية المنوعة التي أعدت باتقان لاثارة المشاعر والعواطف والأحاسيس التي تؤثر في مواقف الافراد إزاء الموضوعات المختلفة وانعكاسات ذلك على مستقبل المجتمعات المعاصرة ، لذلك يعد الاتصال من خلال التلفزيون ظاهرة : نفسية واجتماعية وسياسية بالغة الخطورة والتعقيد ،لما للتلفزيون من دور إقناعي مؤثر في العلاقات الاجتماعية المعاصرة، ومثل هذا الأمر يدفعنا الى ضرورة الاهتمام بالنتائج العملية التي تتركها النماذج والكيفيات المتعددة لاستخدام قنوات البث التلفزيوني في نطاق الاتصال الالكتروني الجمعي، الذي أخذ يستحوذ على إهتمام كبار علماء الاجتماع والاتصال وعلم النفس والسياسة والمهتمين بالانعكاسات المستقبلية لوسا ئل الاتصال الجماهيري على المجتمعات، وما تتركهُ من اثار سياسية واجتماعية ونفسية بالغة الدقة و التعقيد كان للتلفزيون فيها أثار عميقة وواضحة (١)

إن التلفزيون يتميز عن غيرهِ من وسائل الاتصال الجماهيري الاخرى بقوة التأثير الناتجة عن تفردهُ ببعض الخصائص التي تؤثر في المشاهد وتجذبهُ من خلال تقديمهُ الصوت والصورة معاً في آن واحد،كما إن طبيعة التلفزيون تجعلهُ سهل الوصول الى إدراك المشاهد ببساطة دون أن يبذل أيةجهود إجهادية تثير التعب والملل ،عن طريق ما يقدمهُ من مواد فنية مصورة بأساليب علمية والوان طبيعية جعلت من التلفزيون أكثر جاذبية وإغراء، فضلا عن إن وجودهُ في المساكن مع الناس يسهل لهم متابعة برامجهُ للتسلية و للاطلاع على الاحداث والوقائع التي ينقلها من اماكن حدوثها في نفس زمن حدوثها بشكل فوري

ومباشر ، كما إن الصوت والصورة في الوسائل المرئية تغلبت على حواجز الامية والتباين الثقافي بين المجتمعات، مما جعل من الاذاعة والتلفزيون وسائل اقناعية تخدم عمليات التنمية لمختلف المجتمعات . (٢)

وقد كتب السير روبرت فريزر المدير السابق لهيئة التلفزيون المستقلة في بريطانيا، عن أهمية التلفزيون بأعتباره وسيلة أتصال اقناعية حديثة، مؤكداً إن التلفزيون يعمل بمستويين للاتصال :- الاول عقلي يدور حول المعرفة و تكوين الاراء ا لمختلفة والمتبادلة في المجتمع، والمستوى الثاني عاطفي : يدور حول العواطف والمشاعر والاحاسيس ،إذ يتولد الشعور بالعطف على الاخرين والتعاطف معهم عند مشاهدة الاحداث والمواقف الحياتية المؤثرة التي يتعرضون لها ، وبخاصة عند الاطلاع على المشاهد التي تثير البواعث الانسانية والمشاعر العاطفية التي ينقلها التلفزيون . ثم يضيف مؤكداً :- ان التلفزيون أضحى قوة لاتضاهيها أو توازيها قوة أخرى من حيث دقة التعبير عن المشاعر و الاحاسيس الانسانية وعمقها .

وقد يبدو للبعض بأن المعرفة والعاطفة وعملية تجسيدها ببرامج واقعية مسألة يسيرة : والحقيقة هي إنها قد تكون كذلك على الورق فقط ، إلا إن عملية تحويلها الى برامج واقعية تتحرك على الارض، تجسد الصورة الواقعية للحدث على أرض الواقع ليعبر بشكل مؤثر عن المعاني الانسانية من خلال مضامين مقنعة ،يعد من المهام الصعبة والشاقة التي تواجه المعنيين في التلفزيون والعاملين فيه . (٣)

وبذلك فان التلفزيون هو النافذة التي يطل من خلا لها المشاهد على العام الواسع المحيط به وان هذه النافذة يجب أن تعبربصدق عن خصائص التلفزيون التي تمتاز بأن لها القدرة على حملنا والانتقال بنا في أماكن لم نراها من قبل، ولم نكن لندخلها لولا هذه الوسائل التقنية التي تنقلنا الى العالم المحيط بنا وتنقل العالم لنا ببساطة ودقة ووضوح، فضلا عن إن هذه التقنيات تزودنا

بخـبرات وتجارب وممارسات تطلعنـا مـن خلالها على مشاهد واقعية من حياة الشعوب الاخرى المنتشرة في كافة أرجاء سطح الكرة الارضية.
وقـد عَبّرَ عن هذهِ الظاهرة الاتصالية غير المسبوقة موريس يوجين أحد المختصين بالتلفـزيون والمهـتمين بـتطوراتهِ بقولهِ:- ويتـضح مرة بعد أُخرى ان التلفزيون يـستمد قـوته الفريدة مـن الاخـلاص في نقـل سطح الحياة الواقعية كما يعيشها الناس). (٤)

مـن هـذا المنطلق اضحى التلفزيون أهم متغيرفي حياة الانسان المعاصر ، لأنّ القـدرة علـى الالمـام بالعالم المحسوس وهو يسيرفي دورته الحياتية العادية، يُعَدُّ من أكبر التحديات التي واجهت التلفزيون واختبرت قدراتهُ الحقيقية .

ولكن على الرغم من كل ما قيل عن إمكانات التلفزيون وقدراتهِ الخارقة لا يمكـن التـسليم بموضوعية النقل التلفزيوني وواقعيتهُ ما دامَ الانسان هو الذي يـتحكم بعمليات النقل، ومادامـت لـهُ مـصالح ومقاصد من وراء استخدام هذه الوسـيلة ، لهـذهِ الاسـباب وغيرهـا نجـدهُ يوّظـف وسائل الاتصال الجماهيري لـصالح الجهـات الممولة والـموجهة لهـذهِ الوسـائل إرضـاءاً لـرغباتها وتحقيقاً لاهـدافها، وبالتالـي فإنـهُ مـن الممكـن إن تستغل هذهِ الوسائل لأغراض ودوافع ونـوازع ورغبات تبتعد بهذه الوسائل عن وظائفها الانسانية وتفرغ مضامينها من الموضوعية، لكن على الرغم من ذلك كلهُ فإن المتلقين ايضاً لهم اهداف وحاجات ودوافـع ورغبات من تعاملهم مع وسائل الاعلام، تجعلهم إنتقائيين في عمليات التعـرض لوسـائل الاتصال الجماهيري ،ورغم المصالح المتعارضـة لكل من المرسـل والمـستقبل ،لايمكـن إعتـبار التلفزيون مصباحاً خالياً من الابداع والتجديد على المـستويين الفني والفكـري، والا لمـا كانـت لـهُ كـل هـذهِ الاهمـية علـى كافـة المـستويات المحلـية والاقليمـية، يـؤكد هذهِ الحقيقة مرة اخرى موريس يوجين أحـد المتخـصصين في الاعـلام العالمـي بقـولهِ:-إن التلفزيون قـناة نافعـة للفكر والفن،وذلـك لانّ هـذه القـناة تتـيح فـرص مهمة للابداع الفني والفكري المؤثر، وبخاصة اذا ما رافق هذه الابداعات تصوير فني حقيقي وواقعي يجسد الاحداث

والوقائع من اجل ابراز حقيقة الابداع في مجالات التأليف والاخراج والتصوير للاعمال التلفزيونية. (٥)

وعلى الرغم من ذلك ذهبت دراسات أُخرى الى تأكيد أهمية الوسيلة على المضمون الفني والفكري من حيث التأثير على الافراد والمجتمعات، أكد هذا الاتجاه عالم الاتصال مارشال ماكلوهن في قولهِ (الوسيلة هي الرسالة)، وقد اراد من هذا التعبير أن يؤكد أ ن للوسيلة التقنية نفس أهمية المضمون الذي تبثهُ وسائل الاتصال الجماهيري بل هي المضمون ذاتهُ، ثم يضيف إن لكل جمهور وسيلتهُ المفضلة التي تثير إهتمامهُ وإن معظم الناس يحبون التلفزيون بسبب شاشتهُ التي تتحرك بها الصور الملونة بأساليب مشحونة بالمتعة والجاذبية، مما يؤكد الاهمية الاقناعية للتلفزيون. وهناك أدلة كثيرة تؤكد هذه الاهمية منها على سبيل المثال تقديم مباراة رديئة بالتلفزيون يعد أفضل من تقديم مباراة عالية المستوى بالراديو،وإن عرض مباراة بالراديو هو أفضل من عرضها على صفحات الصحف.(٦)

إن هذه الادلة وغيرها كثير تؤكد أهمية الظاهرة السمعية البصرية بوصفها ظواهر إقناعية معاصرة غيرت من شكل الحياة الاجتماعية للكثير من الامم والشعوب، ولهذه الاسباب وغيرها إحتل التلفزيون مكانة أحدثت جدلاً عالمياً، خلصت نتائجهُ الى إن من يتحكم بهذه الوسيلة من خلال استراتيجية علمية واضحة وهادفة وشاملة قد يتحكم بالعالم بشكل أو باخر، من خلال السيطرة على عقول الجماهير وإقناعهم باهمية ومصداقية ما يروج له٠واشار العديد من علماء الاتصال والاجتماع الى التطور الملحوظ الذي بلغتهُ وسائل الاعلام الجماهيري وكان على رأسها التلفزيون ،الذي اضحت لهُ قدرات متنامية على إحداث التغيرات الايجابية والسلبية على مجمل العلاقات الاجتماعية، مما يدعو الى التأمل والتفكير الجدي لما يمكن إن يحدثهُ هذا الجهاز الخطير من إنعكاسات على حياة الافراد والمجتمعات، لذلك يمكن القول إن التلفزيون

يتصف بخصائص ومزايا عديدة ينفرد ببعضها ويشترك مع وسائل الاعلام ببعضها الآخر، ويمكن ايجاز هذه الخصائص بالاتي:-(٨)

١- إنه اقرب وسيلة للاتصال الواجهي ، لانهُ يجمع بين الصوت والصورة واللون والحركة ويتفوق على الاتصال الشخصي أو الواجهي في إنهُ يستطيع إن يكبّر الاشياء الصغيرة ويصغر الاشياء الكبيرة،ويحرك الاشياء الثابتة ، ويثبت أو يسكن الاشياء المتحركة.

٢- التلفزيون وسيلة اتصال فورية،إذ إن هذه الوسيلة يكون بمقدورها تقديم مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها من خلال عمليات النقل المباشر للاحداث.

٣- يعد التلفزيون وسيلة ناجحة ومهمة للاعلان، لانهُ يسمح بتقديم الاعلانات المصورة بالوانها الطبيعية،ويعكسها كما هيّ على أرض الواقع، وانهُ يُضخم من صفات وخصائص الاشياء التي يعرضها الى حد المبالغة من أجل تسهيل تسويقها من خلال عمليات الترويج.

٤- التلفزيون وسيلة إتصال تعليمية ناجحة ،لما يتصف بهِ التلفزيون من خصائص تمكنهُ من تقديم المادة التعليمية بأساليب متنوعة لاتثير الملل يسهل فهمها وتفسيرها ، فضلاً عن إمكانياتهُ العالية في تقديم الرسوم والأشكال التوضيحية باللون والحركة

من ذلك يتبين إن للتلفزيون سعة إنتشار كبيرة ووظائف وأدوار متعددة ومعقدة في المجتمعات المعاصرة وهذا ما سنتناولهُ من خلال الحديث عن الادوار:- السياسية ،الاجتماعية،الثقافية والاقتصادية للتلفزيون .

التلفزيون بين المنافع والاضرار:

إن أهمية التلفزيون والادوار التي يمكن أن يلعبها في حياة الشعوب والمجتمعات المعاصرة،أضحت مثار جدل ونقاش بين الباحثين والمهتمين بهذا الموضوع،ومن متابعة الأبحاث والدراسات المتعلقة بهذا الجدل، يتبين إن هناك إتجاهين رئيسيين تبلورا حول هذا الموضوع الذي بات يشغل قطاعات واسعة من

المجتمعات الحديثة،التي أضحى التلفزيون يشكل جزءاً مهماً من حياتها اليومية . يذهب الاتجاه الاول الى الخشية من أضرار التلفزيون ويصفهُ بأنهُ أخذ دور المخدر وهناك الكثير من مدمني التلفزيون الذين تزداد أعدادهم يوماً بعد آخر ،ويدلل دعاة هذا الاتجاه علىصحة منهجهم بأن التلفزيون يشل الارادة والفكر ويرهق ضحاياهُ من خلال مايبثهُ المهم من برامج تنمي العنف والجريمة ولانحراف والتخريب الفكري والانحلال الخلقي .(٩)

سيما وان تعدد القنوات الفضائية الدولية وانتشارها علي نطاق واسع عرض المشاهدين الى سيل لاينقطع من الدعاية السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية، وجعلهم يتعرضون الى حملات الحرب النفسية التي تشنها البلدان الرأسمالية الكبرى على البلدان النامية وبخاصة الاسلامية منها ،وفضلا عن ذلك فإن المجتمعات النامية تتعرض اليوم الى العديد من البرامج التي تروج للسعادة المزيفة التي تعيشها المجتمعات الغربية، والتي تتستر من خلالها على الظلم والمعاناة والتمييز العنصري الذي تعيشهُ المجتمعات الغربية، فضلا عن التناقضات والامراض والانحرافات الاجتماعية والفوضى القيمية التي تعيشها تلك المجتمعات، والتي لاتعكس منها وسائل الاعلام المعاصرة إلا القليل والنادر

فأصبحنا تشاهد القنوات الفضائية تصور للمشاهدين بان الوصول الى الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية لايتم إلا من خلال السلوك الغربي، بغض النظر عما يحملهُ هذا السلوك من إنحرافات اخلاقية ،والأخطر من ذلك نجد إن العديد من القنوات الفضائية تشجع المشاهدين علي التخلي عن قيم وعادات اجتماعية عربية رصينة،وعقائد دينية سامية، بدعوى العنصرية والديمقراطية ومحاربة الارهاب... إلخ

وذلك من خلال حملات التضليل التي تقوم بها المحطات الفضائية الغربية وبخاصة الأمريكية منها وا لتي تسهم بها العديد من المحطات الفضائية العربية.عن طريق عرض مشاهد مدبلجة مضخمة المضامين،ومشاهد مبتذلة تصور للمشاهدين بأن المجتمعات الغربية هي النموذج السلوكي المتحضر

الذي ينبغي الإقتداء بهِ، وإنهُ لا ينقصها في حياتها إلا الإستمتاع بممارسة الحب بصور وأشكال ومناظرس مبتذلة في بعض مشاهدها بعيدة عن أخلاق وسلوكيات البشر السوية.

ومما شجع على الايغال في تعميق مسارات هذا الاتجاه الانحرافي، إن دعاتهُ وجدوا من يستجيب لهذهِ النماذج الحياتية المنحلة من ذوي النفوس الضعيفة والمكبوتة فاقدة القيم أو المتسمة بالجهل والتخلف وقلة الوعي، لذلك إنتشرت في الاونة الاخيرة العديد من الظواهر الشاذة وبعض مظاهر الحياة الغربية في أوساط واسعة من مجتمعاتنا العربية والإسلامية، وبخاصةً تلك التي اسامت إستخدام التقنيات الحديثة كالسيديات واجهزة الديجيتل والانترنيت وغيرها من التقنيات المعاصرة لتلبية مثل هذهِ الرغبات الشاذة والمنحرفة، وقد اصبحت بعض برامج البث الفضائي عموماً تستهدف الجماهير العربية والاسلامية لإقتلاعها من واقعها وتقاليدها ونظمها القيمية والروحية . (١٠)

ولتأكيد ذلك خلصت إحدى الدراسات التي أُجريت على عينة من (٣٨١) طالب وطالبة من الشباب اللبناني، ممن تتراوح أعمارهم بين ١١الى٣٨سنة حول الآثار الاجتماعية والنفسية السلبية للتلفزيون ، وحول إذا ما كانت للتلفزيون آثار سلبية تتمثل بالكسل واللامبالاة وإنهُ يُضعِف الابصار ويشغل الشباب عن المطالعة و ممارسة النشاطات البناءة الاخرى و يدفع الشباب الى ارتكاب جرائم العنف والقتل والسرقة، تبين من نتيجة الاستطلاع الاتي:-

اجاب ٤٧٪ من العينة بان التلفزيون لايلهيهم عن ممارسة النشاطات الاخرى، في حين أ جاب ٣٤٪ بأن التلفزيون يلهيهم كلياً عن ممارسة أي نشاط آخراثناء المشاهدة، وإن٤١ ٪اجابوا بان التلفزيون يؤدي الى إنتشار العنف والجريمة والسرقة،وإن ٥٩٪ من العينة لايوافقون على ذلك ،ويرى ٤٦٪ ان التلفزيون لهُ اضرار بدنية منها إنهُ يُضعِف الابصار،ويمكن للتلفزيون أن يضر بالاطفال اذا أصبحوا مدمنين عليه،ووافق ٤١٪ من العينة على إن التلفزيون يؤدي الى شيوع ظاهرة الانحراف الجنسي والرذيلة،وأجاب ٦٤٪ من افراد

العينة بان التلفزيون يلهي عن المطالعة ويشغل التلاميذ عن المذاكرة،ومن بعض نتائج هذهِ الدراسة تصل الى إن التلفزيون يمكن أن تكون له نتائج سلبية على الشباب، وإن من هذه النتائج مايتفق مع أبحاث أُجريت في انكلترا واليابان إذ كانت نتائجها مقاربة لهذه النتائج وتضيف اليها إن التلفزيون يمكن إن يشجع ظاهرة النصب والاحتيال. ورغم ذلك فإن ٦٨٪ من افراد العينة موضع الدراسة يرون إن للتلفزيون مضار ومنافع وإن منافعهُ أكثر من مضاره، ففيما يتعلق بالمضاروالمخاطرالتي يحذر منها دعاة هذا الإتجاه يمكن تلخيصها بالنقاط الآتية :-

١- من بين أهم مضار التلفزيون إنهُ يؤدي الى إضاعة الوقت، بالعديد من البرامج غير النافعةالتي تشغل شرا ئح اجتماعية واسعة عن أداء واجبات و وظائف مفيدة، مما يؤدي الى إنخفاض مستويات الإنتاجية وا نخفاض المستويات الدراسية للطلبة من خلال الاسراف في مشاهدة برامج اللهو والتسلية .

٢- يؤدي التلفزيون دوراً كبيراً في إشاعة عدد من العادات الاجتماعية السيئة، من بينها ملازمة المنازل والتواجد فيها اوقات طويلة لمتابعة برا مج التلفزيون ، مما يؤدي الى تقليل الزيارات العائلية وإضعاف الاواصر الاجتماعية بما يضر بالعلاقات الاجتماعية بين الناس وربما تمزيقها، من خلال بث البرامج التي تثير الطمع والجشع والعلاقات المادية والحساسيات والأحقاد ونقل السلوكيات الوافدة والغريبة من مجتمعات منحلة إجتماعياً،بدعوى التحضر والعصرنة،مما يؤدي الى زرع بذور الشك ونزع الثقة بين الناس وتضعف التماسك الإجتماعي .

٣- قيام القنوات الفضائية بنقل بعض نماذج السلوك من بيئات إجتماعية شاذة ومنحرفة بعيدة كل البعد عن سلوكيات وقيم مجتمعاتنا العربية ولاسلامية، وبخاصة تلك القنوات التجارية الوافدة من الغرب التي تعتمد العنف والجنس والخلاعة في الاثارة،فضلا عن بعض الاعمال الدرامية

المدبلجة التي تترك آثاراً ضارة في النفوس وفي النظام القيمي لمجتمعاتنا المحافظة.

سيما وان الانسان بالفطرة مولع بتقليد غيرهُ، وان ذلك يؤدي الى إنحرافات خطيرة بين أوساط الشباب ، ويؤدي الى ثغرات إجتماعية واخلاقية كبيرة قد تفتت النسيج الاجتماعي للعديد من المجتمعات ضعيفة التكوين، ومن الامثلة على ذلك تشجيع بعض مظاهر الاختلاط بين الجنسين بطرق خبيثة ومثيرة تحت ستار التحرر وممارسة الديمقراطية على الطريقة الغربية، مما يؤدي الى شيوع ظواهر التفتت التشتت الذهني والقلق والخوف وإستفحال العقد النفسية والجنسية وما ينجم عنها من امراض نفسية وبدنية، بما فيها شيوع حالات الانتحار والشذوذ والايدز التي تعاني منها المجتمعات الغربية، وعجزت عن معالجتها والشفاء منها فعمدت الى تصديرها الى المجتمعات الاخرى لتجعل منها ظواهر عالمية، تبتز من خلالها مجتمعاتنا في المستقبل بدعوى تمويل ابحاث لمعالجة مثل هذه الامراض والانحرافات .

٤- عرض الاعلانات الهابطة الذوق التي تؤثر على الذوق العام ، وممارسة الدعاية المظللة التي تهدف الى تعويد المشاهدين على رؤية المنكرات والموبقات والمحرمات،ومحاولة ترسيخها في اذهان المشاهدين وبخاصة تلك التي تتنافى مع تعاليم ا لدين الاسلامي الحنيف ، والسعي لعرض الغرائز والاغراءات بطرق فجة تستفز المشاهدين وتخدش المشاعر وتزيد من هموم الجماهير .

٥- إن ظهور تقنيات الديجيتل وتطور البث المباشر و تعدد وتنوع قنوات البث،وكثرة عرض الافلام والبرامج التي تدور حول الاثارة والجنس والعنف، أدى الى تشجيع ظواهر الانحراف وتضخيمها بين اوساط الشباب والمراهقين،وأدى الى شل وتعطيل هذه الشريحة المهمة في مجتمعاتنا النامية.

٦- إن تحول الألعاب الريا ضية الى انشطة اقتصادية ، دفع القنوات التلفزيونية الفضائية الى التنافس والتسابق لإستثمار هذا الميدان، وانعكس ذلك على الشباب ودفعهم الى الاسراف في الوقت لمتابعة الانشطة الرياضية، وقد وصلت هذه الحالة الى إدمان قطاعات واسعة من الشباب ،علىالإنصراف الى متابعة الالعاب والأنشطة الرياضية من شاشات التلفزيون ،مما جعلهم بعيدين عن التفكير السليم والتأمل والمطالعة والإبداع ، كما إن الترويج للرياضة الشبابية المختلطة لابد وان تكون لهُ آثار وعواقب إجتماعية قيمية لاتحمد عقباها .

٧- إن إستخدام التلفزيون في الدعاية السياسية والترويج لشخصيات معينة ضعيفة الكفاءة دون غيرها بسبب التمويل والوجاهة ، أدى الى تضخيم هذه الشخصيات وجعلهم نجوم في أعين الجماهير، وأعطاهم مكانة قد لايستحقونها في الميادين الفنية والرياضية والاجتماعية والعلمية ... الخ

وإن ذلك سوف تكون لهُ إنعكاسات خطيرة على المجتمعات أقلها ضمور الابداع والتجديد والتطور في مجتمعاتنا النامية.

٨- سعت العديد من القنوات التلفزيونية الفضائية وبخاصةالغربية منهاالى: تشوية الشخصيات في التاريخ العربي والاسلامي، من خلال عرض افلام ومسلسلات وبرامج ذات مضامين تثير الشك في عظمة التاريخ العربي والاسلامي في عقول النشأ الجديد من أجيالنا الشابة، ومقابل ذلك كانت تلك القنوات الفضائية وحتى العربية منها ،تركز على عرض مواطن القوة والعظمةفي التاريخ الغربي وإن كانت واهية ومضللة.

وقد انعكس ذلك على إحباط الروح المعنوية للانسان العربي المسلم من خلال زعزعت ثقته بنفسهِ وتاريخهِ ودينهِ وحضارتهِ، وبخاصة عندما اصبحت أغلب القنوات الفضائية الغربية والشرقية تروج لظاهرة أسمتها الارهاب والصقتها بالعرب و المسلمين وكل من يعادي الغرب ويخالفهُ ، مما ادى الى إثارة مظاهر الخوف والرعب في نفوس العديد من المجمعات وفي مقدمتها المجتمعات العربية

والاسلامية، التي اخذ ابناءها يشعرون بالخوف والقلق من المستقبل ويحسون باليأس، ويستسلمون للدعاية السياسية الغربية التي تصور الغرب على إنهُ الملاذ الآمن للسلام والامن والديمقراطية، بينما تصور الشرق على إنهُ صورة للشروالارهاب والفاشية.

٩- إن القنوات التلفزيونية الفضائية إستُغِلتْ بشكل بشع وغير عادل من قبل الصهيونية العالمية والرأسمالية الغربية، لتوجية حملات إقناع منظمة إستُخدِمت فيها الدعاية والحرب النفسية ضد الشعوب والمجتمعات المعادية لها، وبخاصةً المجتمعات العربية والاسلامية، ووظفت في هذه الحرب كافة الامكانات، وأتبعت فيها كافة الاساليب بما فيها الكذب والتضليل والمبالغة وتشوية الحقائق وتكميم الافواه وشراء الذمم، لجعل الانسان العربي والمسلم فاقداً لإستقلالهِ ومكبل بقيود التبعية للغرب الاستعماري .

١٠- هناك اضرار صحية يسببها التلفزيون للعيون واعضاء الجسم الاخرى، وإن اول المتضررين هم الاطفال، سيما وإن بعض برامج الاطفال تروج لسلوكيات تقوم على الاكاذيب والخدع والعنف فتثير الخوف في نفوس الاطفال وتشعرهم بالقلق، مما يؤثر على نموهم العقلي والبدني، وعلى الرغم من ذلك يبقى التلفزيون وسيلة إتصال حضارية لاتخلو من المنافع : وهذا ما ركز عليهِ دعاة الاتجاة الثاني من الذين يعتقدون إن للتلفزيون أهمية كبيرة تجسدها منافعهُ العديدة ودورهُ الحيوي، وخاصة فيما يتعلق بالاسهام في تنفيذ المشاريع التنموية، إذ يشير دعاة هذا الاتجاه الى الدور الفعال للتلفزيون في برامج التنمية والتغيير التي تحدث في المجتمعات بشكل ديناميكي وسريع، إذا ما قورنت بالتغيرات التقليدية التي حصلت قبل دخول التلفزيون عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات، فبوجود التلفزيون تطور التصنيع وأزدهر الاقتصاد وتألقت الحضارة وإنتعشت حياة الشعوب وتوسع التعليم وإنتشرت الثقافة والفنون والآداب وتقاربت المجتمعات مع بعضها وتبدد ت اوقات الفراغ ، بسبب القدرات الاقناعية للتلفزيون التي ادت الى

أن يقفز الى مرتبة المؤثر الاول في حياة المجتمعات ، جاء ذلك من خلال قدرة التلفزيون في السيطرة على عقول الناس وتوجية سلوكهم أفراداً وجماعات، سيما بعد إن اصبحوا يتلقون منهُ معلوماتهم وافكارهم ونماذج سلوكهم، اكثر مما يتلقونهُ على مقاعد الدراسة ويثقون بكل ما يصدر عنهُ ويقتنعون بهِ، حتى أضحى العالم اليوم يتحدث بلغة الصورة والعقول الالكترونية التي تمثل حضارة العصر الراهن (١٢).

ومن الشواهد التي تؤيد صحة ماذهب الية دعاة هذا الاتجاه ا لدراسة الميدانية التي طبقت على عينة من ٢٥٦مبحوثاً من سكان مدينة بغداد عام ١٩٩٨م حول دور التلفزيون في تنمية الوعي الصحي ،إذ تبين من نتائجها إن كافة افراد العينة يتابعون برامج التلفزيون على اكثر من قناة،وإن ربات البيوت والشباب كانوا اكثر ميلاً لمتابعة البرامج التلفزيونية ، كما أظهرت الدراسة إن ٥٥٪ من افراد العينة إعتبروا التلفزيون المصدر الاول لمعلوماتهم الصحية، واسباب ذلك تعود الى ما يتمتع بهِ هذا الجهاز من خصائص تقنية واساليب إقناعية ، توضح ما تعجز الابصار عن إدراكهُ وتفسيرهُ وتحليل أبعادهُ.

وفضلاً عن ذلك أظهرت نتائج الدراسة إن أغلب المبحوثين فضلوا البرامج المحلية ثم العربية وجاءت البرامج الاجنبية بأفضلية ثالثة،وتعود أسباب ذلك لاعتقاد المبحوثين بأن البرامج المحلية اقرب الى واقع المبحوثين، من حيث اللغة واللهجة المستخدمة والقيم والعادات التي تلامس مشاعر المبحوثين بصورة مباشرة وتمس مشاكلهم الحقيقة وتعبر عن حاجاتهم ورغباتهم مثلما يرونها على ارض الواقع . وتبين من نائج الدراسة ، إن التلفزيون لايخلو من الضارعند غياب التوجية والاشراف والمتابعة، وتخلص الدراسة الى القول إن للتلفزيون دور خطير ومنافع كبيرة إن أُحسِنَ الاشراف علية وتوجيههُ بصورة صحيحة .(١٣)

ومن ذلك كلهُ يمكن أن نوجز أهم منافع التلفزيون بالنقاط التالية :-

١- التلفزيون أداة فعالة في تنشيط الاقتصاد من خلال الاعلان والدعاية الاقتصادية،

٢- يعد التلفزيون اداة سياسية مهمة ؛ لانهُ يسهم في تعميق الممارسات الديمقراطية من خلال تعريف الناخبين بالمرشحين وانجازاتهم وقدراتهم وبطاقاتهم الشخصية ، وإعطاء نُبذً مختصرة عن حياة كل منهم: الشخصية والمهنية ، ومؤهلاتهم العلمية ومكانتهم الإجتماعية .وفي الوقت ذاتهُ تعكس وسائل الاعلام احتياجات الناخبين وإهتماما تهم ومشكلاتهم لقياداتهم العليا من أجل الاهتمام بها ومعالجتها.

٣- التلفزيون اداة تنموية مهمة تتميز عن بقية وسائل الاعلام الاخرى بالعديد من الخصائص الفنية، سيما وإن لهُ تطبيقات تنموية ناجحة ، تعكسها التجارب التي طبقت في العديد من بلدان العالم على اختلاف درجات تقدمها: كفرنسا واليابان والهند والصين ومصر والعراق وساحل العاج ... خ

٤- التلفزيون أداة اجتماعية مهمة يجسدها دورهُ الخطير في التأثير على الأسرة بشكل عام، فضلاً عن دورهُ في التوعية والتثقيف والتعليم والتعبئة الجماهيرية.

وسيتم متابعة ذلك كلهُ من خلال الأدوار والوظائف السياسية والثقافية والاجتماعية التي يؤديها التلفزيون في المجتمعات المعاصرة .

الفصـل الثانى

دور التليفزيون فى الاقناع السياسى والثقافى والاجتماعى

بعد إيجاز سلبيات التلفزيون ومضارهُ لابد أن يقودنا البحث الى الدور الايجابي للتلفزيون من حيث المنافع العديدة والمتنوعة التي يقدمها للأفراد والمجتمعات ، بعد أن أجمعت نتائج العديد من الأبحاث المتعلقة بهذا الموضوع، على إن التلفزيون يمكن أن يكون أداة إقناعية نافعة إن أُحسِنَ إستخدامهُ والإشراف علية وتخطيط برامجهُ وتوجيهها لخدمة المجتمعات الانسانية المعاصرة، وهذا يقودنا الى ضرورة التعرف على دور التلفزيون في تنمية المجتمعات وتطويرها، وعلى وفق هذهِ النظرة يمكن القول : إن التلفزيون أداة اتصال إنسانية شاملة لها دور إقناعي مهم في كل ناحية من نواحي الحياة المعاصرة،سواء كانت سياسية او إجتماعية او اقتصادية ،من هنا يمكن تناول هذه الادوار الاقناعية للتلفزيون بشيء من التفصيل وكالآتي:-

أولاً- دور التلفزيون في الإقناع السياسي :

التلفزيون اداة تقنية حديثة وخطيرة مقارنة بالتقنيات الصناعية الاخرى التي دخلت الحياة الانسانية المعاصرة،أستخدمت هذه الاداة كافة السلطات والمؤسسات الرسمية والاهلية في جميع بلدان العالم لمخاطبة الجماهير ومحاولة إقناعها بالبرامج السياسية الهادفة الى ترسيخ دعائم الانظمة السياسية الحاكمة وإيصال رسالتها الفكرية و الايديولوجية الى المجتمع،ولعل ذلك يفسر أسباب حرص أغلب الحكومات على فرض سيطرتها وإشرافها المباشر وغير المباشر على عموم وسائل الاعلام وبخاصة قنوات البث التلفزيوني، سيما بعد تطور التلفزيون باعتبارهِ قوة مؤثرة بيد السلطة تستخدمها لبناء الانسجة الايديولوجية والاجتماعية والثقافية لمجتمعاتها: كما تستخدمها لغير بني المجتمعات والتأثير فيها لمقاصد وأغراض شتى .

ومما يزيد من أهمية التلفزيون اعتبارهُ أداة سياسية لجميع السلطات في العالم، وان كافة الحكومات تميل الى إستخدام هذهِ الوسيلة وتوظيف أساليبها الفنية في عمليات الاقناع والتأثير النفسي على الجماهير وتطويعها لخدمة

الاهداف السلطوية ، ولتنشيط إسهام هذهِ الجماهير في خطط البناء والتغيير في مجالات الحياة كافة،سيما وان معظم الحكومات فضلت إستخدام التلفزيون على غيرهِ من الادوات لما لهُ من دور حيوي ومؤثر في عمليات التعبئة التي تحتاجها معظم الحكوما ت والادوات السلطوية ؛ لتأييد مواقف وإجراءآت معينة تخدم الخطط التي تضعها الدولة ،ولتأكيد هذه الحقائق حول الدور الساسي للتلفزيون يقول المفكر الفرنسي (جورج بالاندية) :-لاتوجد سياسة دون إخراج مسرحي؛أو إخراج تلفزيوني،ولكن دون تهويل ودون طقوس ومظاهر تثير الخشية في النفوس وتحسس الناس بالريبة بحيث تجعلهم يحسون بوجودها وقوتها ووجوب الانصياع لما تقولهُ، واشار غوستاف لوبون منذ أواخر القرن القرن التاسع عشر الى أهمية الدراسات النفسية في ميادين الاعلام والسياسة محاولاً شرح خصائص الفنان المتعددة ثم حدد الوسائل التي يجب إتباعها لأقناع الجماهير بتوجهات السلطة وموضحاً كيفية التأثير على هذه الجماهير وقيادتها . (١٤)

ولا يقتصر الامر على ذلك فإن للتلفزيون وظائف سياسية عديدة، إذ يقوم بتعميق الوعي بالممارسات السلطوية والديمقراطية في المجتمعات المعاصرة ، و يسهم في زيادة وعيها السياسي، لأن التلفزيون يمثل الواجهة السياسية للعديد من الانظمة في عالمنا المعاصر، وان العديد من هذهِ الأنظمة إستُخدمت الإعلام كأداة حكومية في الرقابة الشعبية على المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في العديد من المجتمعات، حيثما مارس التلفزيون وظيفة السلطة الرابعة التي اطلقها المتخصصين على وسائل الاعلام الجماهيرية .

ومن هذا المنطلق اضحت وسائل الاعلام تؤثر في السياستين الداخلية والخارجية للدول ،الى الدرجة التي يمكن معها القول : إن كل ما لدى الجمهور من معلومات حول السلطة وممارساتها ماهو إلا تعبيرعما تنقلهُ وسائل الاعلام الجماهيري ،ومن جهة أُخرى فقد تشكل وسائل الاعلام الجماهيري ضغوطاً كبيرة على صناع القرار وتدفعهم لأتخاذ قرارات معينة وانتهاج

سياسات جديدة تعبر عن حاجات الجماهير وتطلعاتهم ،وفي الوقت ذاته يستخدم السياسيون وسائل الاعلام في تعبئة الجماهير وتوجيههم باتجاه الاهداف التي تسعى السلطة الى تنفيذها والتي غالبا ما تمثل المصالح العليا للمجتمع، وبما التلفزيون يشكل مركز الثقل لوسائل الاعلام الجماهيري ، سنذكر الوظائف السياسية للتلفزيون من خلال النقاط الاتية :- (١٥)

١- عرض الاحداث ومتابعة تطوراتها بصورة فورية من أماكن حدوثها.

٢- عقد ندوات الحوارالسياسية على شاشات التلفزيون من خلال دعوة الأطراف المختلفة لعرض وجهات نظرها في الموضوعات السياسية المختلفة التي تمس اهتمامات ا لجماهير ومصالحها ، ويقوم التلفزيون باقناع الجماهير بالموضوعات التي تعبر عن السياسات العامه للدول .

٣- تقديم المتابعات الاخبارية من خلال الخبر والتعليق والتحليل والتفسير للاحداث والمستجدات بالنقل الحي المباشر ، وسماع وجهات النظر المختلفة للمسؤلين والجماهير والوقوف على ردود افعالهم ازاء قضايا واحداث الساعة.

٤- يعد التلفزيون الناطق الرسمي باسم الحكومات في العديد من الدول ، خاصة تلك الدول التي تقيم قنوات تلفزيون رسمية ، سيما إن الدول تختلف من حيث امتلاك قنوات التلفزيون والاشراف عليها من نظام الى آخر ، فهناك دول تمتلك قنوات رسمية وتشرف عليها وهناك دول أخرى تجمع بين القنوات الرسمية والتجارية الخاصة ودول اخرى تعتمد على قنوات القطاع الخاص، التي تمول بأموال المؤسسات الرأسمالية لعالمية وتعبرعن سياساتها ووجهات نظرها ومصالحها.

٥- يقوم التلفزيون بنقل المعلومات والمعارف ،وتبليغ اللوائح والقوانين ،وعرض الخبرات وتعميمها على المشاهدين بأساليب مشوقة.

٦- قد يأخذ التلفزيون دور الناقد لكل مايتعلق بمجريات الحياة لسياسية ، ويفسر الاحداث والمواقف الغامضة.

٧- إن أهم ما يميزا لتلفزيون عن وسائل الإتصال الإقناعي الأخرى قدرتهُ على تغيير وظائفهُ بسرعة كبيرة وفقا للظروف والمستجدات .

فقد يقوم بالتسلية والترفية في ظروف السلم والحياة العادية ،و يقوم بالتعبئة و شحذ الهمم أبان الحروب والازمات .

٨- قد يكون من وظائف التلفزيون توحيد الافكار والاتجهات ،وتعميق المشاعر الوطنية والقومية ،وتعزيز المواقف السياسية إزاء الاحداث وتطوراتها .

لابد أن ننوه هنا الى إننا لايمكن أن نفصل الدور السياسي للتلفزيون عن الدور الثقافي، لأن ثقافة أي بلد هي تعبير عن لاطار السياسي والايديولوجي السائد في ذلك البلد ،وفي ضوء ذلك فإن معظم الانشطة الثقافية التي يقوم بها التلفزيون، لابد وأن تنطلق من الافق السياسي والمبادىء السياسية العامة لكل مجتمع ، وهذا يقودنا الى الحديث عن الدور الثقافي للتلفزيون بشكل اكثر تفصيلا.

ثانيا :- دورالتلفزيون في الإقناع الثقافي :

يعرف علماء الانثروبايلوجيا الثقافة بانها: طريقة الحياة الخاصة بأي تجمع سكاني. في حين إن الثقافة تشتمل على كافة أنماط السلوك المكتسبة والمعتقدات المتعارف عليها، التي يستخدمها الجميع أ والتي يتوقع الآخرون منهم إستخدامها، وهي التي تميز المجتمع الانساني عن التجمعات السكانية، كما إن الثقافة تعني: النظرة الى الوجود والحياة والانسان وهي كذلك الموقف من هؤلاء جميعاً وقد يتجسد هذا الموقف في عقيدة أو مذهب فكري أو مبادئ تشريعية أو مسلك أخلاقي عملي، وتمثل الثقافة البناء الاجتماعي الذي يتألف من الدين والفلسفة والأدب والفن والقيم العامة السائدة في المجتمع .

أما دور التلفزيون فيتلخص في تعميق لوعي الثقافي في أذهان الجماهير تنظيراً وممارسة ، يتم ذلك من خلال البرامج الثقافية المنوعة التي ينشرها التلفزيون في المجتمع ،هذه البرامج يجب إن تتناول كافة الانشطة المتصلة بالادب و الدين والفنون التشكيليه والعلوم الانسانية والابحاث والدراسات

الاجتماعية والانشطة الاقتصادية، وما الى ذلك من النشاطات لانسانية التي تصب في دائرة ثقافة الفرد . لأن مثل هذه المضامين تعد من المكونات الاساسية للثقافة في كافة المجتمعات ، سيما وان الاثر الذي تتركهُ مثل هذه البرامج يدخل في الثقافة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال عمليات تراكمية تترسب في أذهان الافراد مع استمرارية الاستماع والمشاهده .

إن ما جاء في العديد من نظريات إعلام التنمية يؤكد وجود مثل هذا الأثر ودرجة قوتهُ مثل نظرية التأثير الوظيفي ونظريات الاعتماد على وسائل الاعلام، ونظريات بناء المعاني ،ونظريات تبعية وسائل الاعلام، ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، تؤكد إن هناك آثاراً غير مباشرة للبرمج الاذاعية والتلفزيونية التي تبثها وسائل الاعلام المسموعة والمرئية،وقد تكون هذه البرمج اكبر أثراً إذا كانت بلغة المستمع والمشاهد ومستمدة مِنْ واقعهُ الثقافي والاجتماعي .(١٦)

ولابد من التنبية هنا الى إن التعليم لهُ علاقة وثيقة الصلة بالثقافة، فمن خلالهُ يتلقى الفرد والمجتمع المزيد من المعلومات والمعارف والخبرات بطريقة منهجية منتظمة، تهدف الى صياغة الفكر وتوجية الوجدان وتحديد المسلك الاخلاقي على نحو معين، من هذا المنطلق لايمكن تكوين الثقافة على اساس سليم من دون تعلم منهجي منظم،وبالمقابل فإنهُ لايمكن تثبيت التعليم وترسيخ قيمهُ وتجذير تقاليدهُ وقواعدهُ من دون تصورات وقيم روحية واخلاقية سليمة .

من هنا يتبين بوضوح عمق العلاقة بين التعليم والثقافة،وإن الدور الذي يقوم بهِ التلفزيون في التعلم لابد وأن ينطوي على تعميق وترسيخ مسارات الثقافة في أذهان المشاهدين، هذا من ناحية ومن ناحية أُخرى فإن من وظائف التلفزيون أيضاً ،حماية المشاهدالعربي والمسلم من تأثيرات الثقافة الوافدة وآثارها المدمرة للنسيج الاجتماعي والبنى الوطنية والقومية، وانعكاساتهُ التي تؤدي الى إضعاف التماسك الاجتماعي في المجتمعات المحلية وقد تكون لهُ نتائج سلبية اخرى تؤثرعلى وحدة المشاعر والتوجهات للمشاهدين والمستمعين من خلال التأثير على قناعاتهم، لأن التلفزيون يسهم في خلق القناعات وتنمية الوعي

الجماهيري من خلال التعريف بالثقافة وانشطتها المختلفة والاجهزة القائمة عليها ومصادرها الاساسية، كما يسهم في حث المشاهدين والمستمعين في الاقبال على دور العلم ومنتديات الثقافة والتحفيز على المشاركة في انشطتها المختلفة لتلقي الافكار والمعلومات الجديدة التي تسهم في تقوية الروابط بين الافراد ومجتمعاتهم، وترسم ملامح شخصيتهم المستقبلية التي تميزهم عن غيرهم من المجتمعات.

ثالثاً- دور التلفزيون في الإقناع الإجتماعي:

يمكن إعتبار التلفزيون اداة إجتماعية تسهم في توحيد المجتمعات، من خلال توحيد الافكار والمشاعر الانسانية بين الناس وتوحيد عاداتهم وتقاليدهم وقيمهم وانماط سلوكهم، وإن ذلك يؤدي الى خلق التماسك الاجتماعي ويعزز التجانس ووحدة المجتمعات، وذلك لان كافة الناس يعرّضهم التلفزيون الى نفس المؤثرات مما يؤدي الى تقارب افكارهم ومواقفهم ومعايير سلوكهم ويوحد انماط حياتهم الثقافية واذواقهم ومواقفهم من التراث والجمال والطبيعة، ومن هذا المنطلق يصح القول بأن التلفزيون اداة إجتماعية.

فمنذ نشوء التلفزيون ابدى العديد من الافراد في مختلف المجتمعات اهتمامهم الكبير به كاداة اجتماعية ترفيهية وتعليمية، وبالمقابل ابدى العديد من المهتمون والمتخصصون تخوفهم من هذا المكتشف الجديد لما يمكن إن يحدثه من آثار ضارة بالشباب والاطفال، لان التلفزيون إذا ما أسيء إستخدامهُ يتحول الى اداة ضارة إجتماعياً (١٧)

إن كل تطور يشهدهُ التلفزيون في المجتمعات المعاصرة، لابد ان يثير القلق والمخاوف لدى بعض الاوساط الاجتماعية، سيما في عصر الاقمار الصناعية والقنوات الفضائية التي تتعدد الوانها واشكالها وتنتشرعلى نطاق واسع يوماً بعد آخر، إلا إن هذه المخاوف أخذت تتبدد بعد أن أُجريت العديد من الأبحاث والدراسات التطبيقية عن التلفزيون وآثارهُ الاجتماعية والنفسية، ودورهُ في عمليات التكيف الإجتماعي مع الحياة المعاصرة، من خلال النشاطات

الايجابية للتلفزيون التي يمكن إن تنمي الصدق والثبات والصراحة، فضلا عن تنمية الكثير من العادات والانشطة إلا جتماعية الايجابية .

من هنا جاء إهتمام التنمويين بالتلفزيون كونهُ ينمي الخيال ويرفع التطلعات ويسهم في عمليات الغيير والتحديث، فأصبحت للتلفزيون وظائف شاملة بعد أن دخل ميادين التربية وا لتعليم والترفية والتثقيف، ونتيجة لهذا الدور خضعت نشاطات التلفزيون للرقابة والمتابعة من قبل العديد من الاجهزة الحكومية ،وقامت بعض الحكومات بتحويل التلفزيون الى اداة ثورية حاسمة من خلال توظيفهُ في التعبئة الجماهيرية، وذلك لقدرة التلفزيون على نشر نشاطات عديدة ومتنوعة باساليب إقناعية وبواقعية اكبر من قدرة وسائل الاتصال الجماهيري الاخرى.

وانطلاقا من هذا الدور اسهم التلفزيون في نقل العديد من المجتمعات من حياتها التقليدية السابقة الى حياة اكثر حداثة، بعد إن مكنها من تحقيق تحولات نوعية بإتجاه التنمية والتطور لتكون اكثر رفاهية،ويجمع العديد من الباحثين والمتخصصين الاعلاميين والاجتماعين على إن التلفزيون وراء العديد من التحولات الاجتماعية وإن لهُ سجل حافل في طرح العديد من المشكلات الاجتماعية ومعالجتها ،إلا إن من أبرز القضايا التي اثارة جدلاً حاداً بين الباحثين حول التأثيرات الضارة للتلفزيون وتقديمهُ لبرامج الاثارة والعنف التي تنمي السلوك العدواني عند الاطفال والشباب .

الفصـل الثالث

علاقة التليفزيون بوسائل الاتصال الجماهيرى الاخرى

يعد التلفزيون إمتداداً تقنياً وفنياً للتطورات التي حصلت في الميدان السمعي والبصري ،إذ جاء بعد المسرح والصحافة بكافة اشكالها والاذاعة والسينما .

وبعد أن اكتمل اختراعهُ وأُنشأت مؤسساتهُ التقنية والبرامجية أخذَ يرسي دعائم وأركان الاتصال الجماهيري الالكتروني، الذي إنتشرَ على مدار الكرة الارضية، فتعددت قنواتهُ وتنوعت وظائفه ُ،حتى اضحى حقيقة واقعة وإكتشافاً يعتد به، فعلى الرغم من تميز التلفزيون عن وسائل الاتصال الجماهيري الاخرى بكافة انواعها و اشكالها المختلفه،إلا أن التلفزيون إستفاد من وسائل إتصال جماهيري الكثير من الجوانب التقنية والفنية و البرامجية، فخلال الايام الاولى لظهورهُ إستعار بعض اشكال التمثيليات المسرحية مستفيداً من طرقها الاخراجية، كما إستفاد من الفنون الاذاعية وبخاصة الدراما الواقعية، وإن تطور بعض البرامج الاذاعية كان بفعل للتلفزيون، وبذلك فإن عمليات التأثير والتأثر بين الاذاعة والتلفزيون كانت متبادلة، إلا إن التلفزيون برهن على إنه ُالاكثر أهمية في التسلية والترفيه ، وانه ُإستعار العديد من الأساليب والصيغ الفنية في التحرير و نشر الأخبار و البرامج السياسية من الصحافة المقروءة، ورغم إن التلفزيون وسيلة إتصال تقنية نقلت كافة انواع الفن القديم الى المنازل، إبتكر التلفزيون لنفسهِ فنون جديدة جسدت خصائصهُ التقنية، مستغنياً بذلك عن الكثير من التقاليد والممارسات الفنية التي كانت متبعة في المسرح والسينما وحتى الاذاعة.

لذلك فإن التطورات التي دخلت على تقنيات التلفزيون فرضت على شركات انتاج البرامج، إبتكار انواع جديدة من الصيغ والاساليب تنسجم مع التطورات التقنية الحديثة وبخاصة ما يتعلق منها في برامج التسلية والترفية؛ لذلك يمكن وصف علاقة التلفزيون بوسائل الاتصال الجماهيري الاخرى ، بانها علاقة تنافس إيجابي دفعت القائمين على تلك الوسائل الى السعي لتطوير إمكاناتها الفنية والتقنية للابقاء على جمهورها ،و سنتناول علاقة التلفزيون

بتلك الوسائل بإيجاز من خلال التركيز على تأثير كل من هذه الوسائل على الاخرى سلباً أو ايجاباً وكالاتي :-

أولا- علاقة التلفزيون بالمسرح :

هناك الكثير من أوجة التشابة والاختلاف بين التلفزيون والمسرح، سيما وان المسرح يعتبر وسيلة إتصال جماهيري يقدم الادراما التي تجسد الصراع الانساني والعلاقات الاجتماعية والكوميديا والبرامج الراقصة الهادفة الى التسلية والترفية وإمتاع الجمهور بالاضافة الى الاقناع .

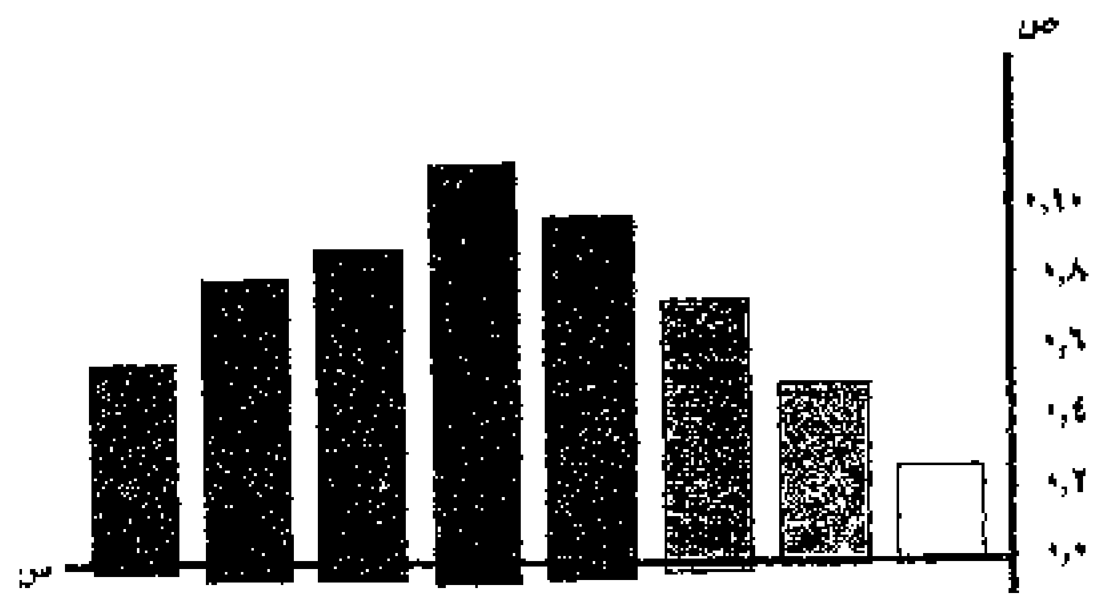
أما التلفزيون فإنة يستخدم وسائل اخرى اكثر تنوعاً تتجاوز الملل والرتابة التي عانى منها المسرح زمناً طويلاً ، كالأخبار والبرامج السياسية والريبورتاج والمقابلات وبرامج التسلية والمناقشات... الخ ، ولو قارنا بين ما يقدمهُ السرح بما يقدمهُ التلفزيون من برامج لرأينا إن برامج المسرح تنتج وتعرض وتشاهد في نفس الزمان والمكان الذي تنتج فية ،اما برامج التلفزيون فتعرضُ فقاً لما تصورهُ عدسات الكاميرا، لأن برامج التلفزيون تعتمد بالدرجة الأولى على التصوير أكثر مما تعتمد على السيناريو والحوار والأخراج، وثمة فرق آخر بين المسرح والتلفزيون يمكن ملاحظتهُ بوضوح من خلال الشكل النهائي للبرنامج ، فشكل البرنامج في المسرح يظهر ويلاحظ على خشبة المسرح عندما ترفع الستارة، وفي هذه الحالة يرى الجمهور المشهد المسرحي من زاوية واحدة فقط تلك هي زاوية نظر المشاهد من المكان الذي يجلس فيه .

أما في التلفزيون فإن الشكل النهائي للبرنامج يظهر أمام المشاهد وهو جالس على مقعدهِ في المشهد التمثيلي التلفزيوني من زوايا متعددة مختلفة تبعاً لحركات الكاميرا، لأن الكاميرا تمكن المشاهدين التقرب من المثلين وإبعادهم عنهم، وفضلا عن ذلك تكبر لهم المشاهد وتصغرها و فقاً لطبيعة العمل وواقعيتهُ وطريقة إخراجهُ.

ثانياً- علاقة التلفزيون بالصحافة :

على الرغم من إن الصحافة سبقت اكتشاف التلفزيون بأكثر من ثلاثة اضعاف عمره، إلا أن بريق التلفزيون خطف المجد والشهرة من الصحافة المقروءة وتميز عليها واستحوذ على جمهورها .

إن الذي يتابع تاريخ تطور الصحافة في الولايات المتحدة الامريكية يلاحظ بوضوح إن الصحافة انتشرت وتطورت بخط بياني غير متدرج، ففي العديد من الدراسات والابحاث المقارنة التي أُجريت على تطور الصحافة الامريكية، من خلال مقارنة معدل توزيع الصحف مع نمو اعداد الاسر خلال المدة من (١٨٥٠-١٩٨٦) يلاحظ إن نمو معدلات توزيع الصحف مقارنة مع نمو اعداد الأسر اخذ شكل الحرف (س) كما في الشكل (١-١)



الشكل (١-١) يمثل الخط البياني لتوزيع الصحف مقترناً بنمو أعداد الأسر في الولايات المتحدة الأمريكية للفترة (١٨٥٠-١٩٨٦)

يتضح من الشكل اعلاه ،إن أعداد قليلة من الاسر الأمريكية اقبلت على شراء الصحف في البدايات الاولى لنشأة الصحافة ،أستمر ضعف الإقبال على

الصحف حتى عام ١٨٧٠م، ويعزوا بعض المحللين هذه المحدودية في التوزيع الى محدودية التعليم ومشكلات النقل والتسهيلات الطباعية ... الخ(١٨)

ووجد إن المدة من ١٨٨٠م الى ١٩١٠م، شهدت إرتفاعاً متدرجاً في التوزيع نتيجة لتطور التعليم وإنتشارهُ وتطور التكنلوجيا في الولايات المتحدة الامريكية، وإن أعلى نقطة توزيع شهدتها الصحافة كان في عام ١٩٢٠م، في أعقاب الحرب العالمية الاولى، وإن السنوات التي تلت ذلك التأريخ شهدت بزوغ عصر السينما و الإذاعة ، مما أثر على توزيع الصحف واضعف دور الصحافة المقروءة مقارنة بنمو اعداد الاسر وهذا ما يظهرهُ الشكل(١-١)

وقد لايقتصر الامر على الصحافة المقروءة، وإنما امتدت تأثيرات تلك التطورات الى توزيع المجلات بإختلاف انواعها ، ومن أسباب ضعف دور الصحافة أيضاً بزوغ عصر التلفزيون و إنتشارهُ بالإضافة الى الإذاعة التي تعد الأساس الذي قام علية التلفزيون و السينما التي سبقت التلفزيون بنحو عقدين من الزمان. (١٩)

وتشير الدراسة ذاتها الى إن مرحلة نهاية الاربعينات وبداية الخمسينات من القرن الماضي، شهدت إجتياح البث التلفزيوني للمجتمع الامريكي و اضعفت معدلات توزيع الصحف والمجلات، مما دعى اصحاب الصحف والمسؤولين عن الصحافة المقروءة الى التساؤل عن الدور المستقبلي للصحف في ظل التطورات السريعة والمثيرة للتلفزيون (٢٠)

وتجدر الاشارة الى إن تطور التلفزيون لا يعني الغاء الصحافة المقروءة، وإنما قد يكون منافساً شرعياً لها مثلما كانت الاذاعة المسموعة، لأن كل وسيلة إعلام جديدة يمكن ان تنافس الوسائل السابقة لها دون ان تحل محلها او تكون بديلاً عنها ، وهذه المنافسة لا تكون عدائية و إنما إيجابية تحفز الوسائل السابقه لها وتدفعها للتطور، وقد تستفاد من سابقاتها لتطوير اساليبها الاقناعية، وهذا ما لاحظناه في التلفزيون الذي إستفاد من فنون التحريرالصحفي وصيغهُ وقوالبهُ في الصحافه التلفزيونية، فضلاً عن إن التلفزيون كان قد أفادَ

الصحافة واسهم في تطورها بعد ظهور صحافة الشاشة، التي اضاف اليها التلفزيون خصائص جديدة تمثلت بالفورية وسرعة البث وشمولية التغطية، وعز زمن مصداقية الصحافة من خلال تدعيم الاخبار بالصور من مواقع الاحداث،وبذلك فإن التلفزيون جعل الصحافة اكثر حيوية بعد إن أضاف اليها بعض خصائصة ،وأضفى عليها شيئاً من الواقعية والموضوعية من خلال الصورالواقعية التي دعم بها مصداقيتها .

ثالثاً- علاقة التلفزيون بالسينما :

هناك-اوجه شبه عديدة بين السينما والتلفزيون سواء في موضوعات الانتاج أو من حيث تسلسل المشاهد وترابطها،على الرغم من إن صناعة السينما اقدم من صناعة التلفزيون، وفضلاً عن ذلك يتشابه إخراج الافلام والبرامج مع غالبية الافلام السينمائية فكلاهما يشاهد على شاشة لها بعدان: ومما يزيد من اوجه التقارب بينهما إستخدام التلفزيون لبعض افلام السينما.

وسجلت الكثير من البرامج التلفزيونية على افلام سينمائية، ومن جانب آخر إستفاد العاملون في التلفزيون من تجارب السينما في التصوير والمونتاج والاخراج، ففي مجال المونتاج يقوم المونتير بتقطيع فلم مصور من الشريط المنقول من شاشة التلفزيون،وثم يقارن الشريط بالفليم بعد تقطيعهُ كما يفعل المونتير في الفلم السالب السينمائي العادي، ويتميز التلفزيون عن السينما بفورية النقل من خلال البث الحي المباشر ؛إلا إنهُ يتشابه معها في البرامج الفيديوية و الافلام، ولكون السينما تشكل الاساس الذي قام عليه التلفزيون والشبيه الاقرب لهُ من حيث الوسائل التقنية والاساليب الفنية؛ تمكنت السيما خلال الفترة التي سبقت إختراع التلفزيون من الاستحواذ على قاعدة جماهيرية واسعة، بعد إن خطفت الاضواء من الصحافة والمسرح وحتى الاذاعة، إنطلاقاً من قدراتها الاقناعية واساليبها الفنية التي تقوم على الاثارة و الاغراء وتصوير مشاهد الحياة الواقعية والعلاقات الاجتماعية بنوعيها الكوميدي والتراجيدي، وبذلك

مثلت مرحلة الثلاثينيات والاربعينيات من القرن الماضي العصر الذهبي للسينما ، فارتفعت شعبيتها في معظم المجتمعات وخاصة الاوربية و الامريكية(٢١)

إلا إن ظهورالتلفزيون وتطوراتهُ المتلاحقة إبتداءاً من أربعينات القرن العشرين كان لها أعمق الاثرعلى السينما، التي إنخفضت إعداد جمهورها من ٢،٣٧٪ في عام ١٩٤٦ الى٥٣،٠٪ فقط في عام ١٩٦٠م، واستمر هذا الانخفاض في الولايات المتحدة الامريكية حتى وصل الى ٠،٢٣٪عام ١٩٨٦م ،وقد كافحت صناعة السينما بإستماتة لايقاف معدلات التدهور التي شهدتها مع إزدياد منافسة التلفزيون، وبذلت اكثر من محاولة من خلال طرح نظارات خاصة تمكّن المشاهدين من رؤية الصورة بابعاد ثلاثية مجسمة، كما وسعت من شاشات العرض حتى وصلت الى ابعاد ومقاييس لاتصدق وأُدخِلتْ مؤثرات صوتية خاصة، من خلال توزيع الميكروفونات بكيفيات مختلفة ومتعددة في صالات العرض السينمائي(٢٢)

كما سعت السينما الى تطوير مضامينها البرامجية كالافلام والاعلانات والتحقيقات، إلا إن ذلك كلهُ لم ينقذ السينما ويوقف تدهورها امام تطورات التلفزيون بعد إن دخل مرحلة البث الفضائي، ومازاد من تدهور السينما وعجل في إنهيارها، سعيها للتنافس من خلال عروض الاثارة والافراء المخلة بالمعايير الاجتماعية والاخلاقية التي باتت تحكم مضامين أفلامها، بعد تركيزها على افلام الجنس المكشوف والعنف والجريمة، وعلى الرغم من إستفادة التلفزيون من السينما و تمكنهِ من حسم المنافسة لصالحهِ، لم تستطع السينما الاستفادة من التلفزيون لتصحيح اخطاءها الى اليوم.

رابعا-علاقة التلفزيون بالاذاعة:

استفاد التلفزيون كثيراً من الاذاعة إن لم يكن نشا منها، إلا إن هناك فروق كثيرة بين الوسيلتين ، ومهما كانت هذه الفروق فلا يمكن إن تؤدي الى إنفصام العلاقة بينهما، سيما وإن بعض المهتمين بالتلفزيون والمختصين به ادخلوا بعض التعديلات على استوديوهات الاذاعة ليحولوها الى استوديوهات

تلفزيونية بعد أن ركبوا عليها الاضواء الكشافة والكاميرات، ثم عززوا البرامج الإذاعية بالصور، إلا إن هذه التعديلات التي قاموا بإجرائها على الاستوديوهات الاذاعية لم تفي بأغراض ومتطلبات الانتاج التلفزيوني،لأن الصوت في التلفزيون ينبغي إن يكون مقترناً بالصورة، خاصة وإن الصورة في الانتاج التلفزيوني تحتل المرتبة الاولى من حيث الاهمية إذا ما قورنت بالصوت والكلمة والموسيقى، لذلك فإن البرنامج المذاع بالراديو لا يحقق التأثير الذي يجسدهُ التلفزيون ببرامجهُ الصورة حتى وإن كان إخبارياً ، لهذه الاسباب استحوذت برامج التلفزيون على إهتمامات المشاهدين بإستثناء بعض الحالات النادرة التي يستحوذ بها المعلقون على النظارة، من خلال اللباقة واللطافة ودقة التعبير ورقتهُ و بإستخدام بعض الحركات التعبيرية والتفسيرية، وبخاصة إذا كان المعلق من الشخصيات المشهورة والمعروفة بالصدق والجرئة والنجومية، وهناك ميزة أخرى للإذاعة تتمثل بكونها وسيلة ممتعة لشخص يقوم بنشاط آخر مع الاستماع، إلا إن للتلفزيون ميزات أُخرى وخصائص اضافية تجعلهُ اكثر متعة وإثارة وجاذبية، وبخاصة في برامج الاعلانات التي تضفي على الاشياء المعلن عنها شيئاً من الواقعية تجعل المشاهد يرى الاشياء مثلما هي على سطح الحياة الواقعية .

وعند مقارنة الاذاعة المسموعة بالتلفزيون نجد إن الاذاعة حققت نجاحات كبيرة وشهرة واسعة وعاشت عصراً ذهبياً خلال السنين الاولى من نشأتها التي مثلت النصف الاول من القرن الماضي، إذ حققت إنتشاراً منقطع النظير و بخاصة بين الطبقاة الشعبية الفقيرة حتى وصفَ الراديو بانهُ سلعة الفقراء لرخص ثمنهُ وتجاوزهُ عوائق المسافات والحدود والأمية، وقد إزدادت اهميتهُ خلال الحربين العالميتين الاولى والثانية وذلك لاستخدامهُ بالدعاية السياسية والحرب النفسية :أما بعد أنتهاء الحرب فقد ظهرالتلفزيون الى جانبَ الإذاعة الصوتية بإعتباره الأداة الأكثرُ تأثيراً في الحرب الباردة ؛وبذلك كان التلفزيون منافساً شرعياً للإذاعة،إلا إنهُ مهما قيل من التلفزيون وتطوراتهُ فإنهُ لايلغي الإذاعة الصوتية وإنما يدخل معها في منافسة إيجابيةتكاملية وشراكة تجعل كل من هاتين الوسيلتين تكمل الاخرى

مراجع الباب الثاني وهوامشه :

1- Jean cazeneur eiles communication De Masse quie Aldhabetique, Denoel-١٩٧٤,p.p,٩٢-٩٣

٢- مصطفى عروط، وسائل الاعلام والمجتمع، عمان، مطبعة فيلادلفيا، ١٩٨٢م ص٦٠

٣-آرثر سوينس، التأليف للتلفزيون، ترجمة: إسماعيل رسلان، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، ١٩٦٦م، ص٢٥٢ .

٤- المصدر السابق نفسه، ص٢٥٠

٥- المصدر السابق نفسه ،ص٢٥١

٦-إدارة البحوث(حول العلاقة الجدلية بين المجال السمعي والبصري والتدريب المستمر) مجلة الاذاعات العربية ،العدد ، ١٩٩٥م، ص٢٢.

٧- د. جيهان أحمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، مصدر سابق ، ص٣٦٨-٣٦٩.

٨- ولبام ويفرز وآخرون، وسائلالاعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، القاهرة، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، ١٩٧٥، ص٤٩.

٩- د. نواف عدوان، التلفزيون وقضايا الشباب، مجلة الاذاعات العربية، العددالثاني ، ١٩٩٥، ص٣١.

١٠- يحيى إصطيف، (من آثار الغزو الثقافي للوطن العربي عبر الاقمار الصناعية)، مجلة الاذاعات العربية ،العدد الاول، ١٩٩٥م، ص٧٢-٧٣.

١١- د. عبد الرحمن عيسوي، الأثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي ، سلسلة دراسات نفسية رقم(١) ، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩م، ص ١٤٣.

١٢- نواف عدوان ،التلفزيون وقضايا الشباب ، مجلة الاذاعات العربية ،العدد الثاني ١٩٩٥م،ص ٣٢

١٣- د. مصطفى حميد كاظم الطائي،إشكالية التنمية والتطور ودور الاعلام في المجتمع المعاصر،مجلة العلوم الاجتماعية: بغداد،العدد، ٢٠٠٠م،ص ١٢

١٤- جورج بالانديه، السلطة والحداثة ، حوار هاشم صالح، مجلة الفكر العربي المعاصر، بيروت، مركز الانماء القومي ،العدد ٤١ ،أيلول – تشرين،١٩٨٦م ص٣٠.

١٥- د. مصطفى حميد كاظم الطائي ،محاضرات في الفن الاذاعي والتلفزيوني، كلية لاداب ،قسم الاعلام، ٢٠٠٠-٢٠٠١م ، ص٦٤ .

١٦- مجلة البحوث الاعلامية،العدد ٢٨،ك ١٩٨٩م ،ص ٨-٩.

١٧- د. عبد الرحمن عيسوي،الاثار النفسيه والاجتماعيه للتلفزيون: مصدر سابق ،ص ٥٤.

١٨- ملفين ل.ديفلر، وساندرا روكيتش،نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال رزوق، القاهرة،الدار الدولية للنشر والتوزيع ،١٩٨٩م،ص٩٩ -١٠٠ .

١٩- المصدر السابق نفسه، ص ١٠١-١٠٢.

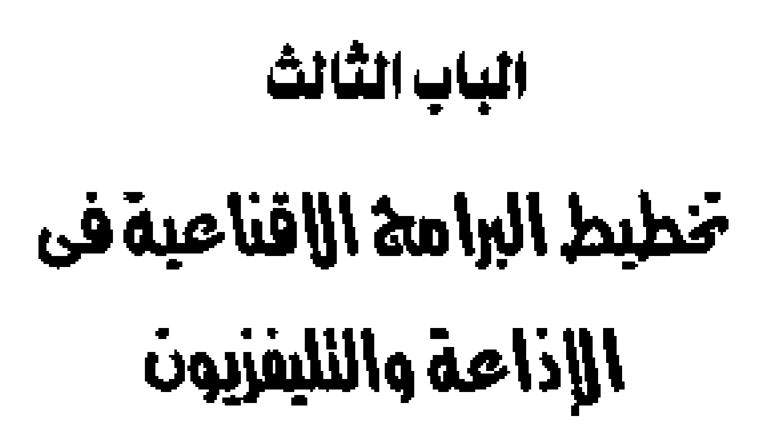
٢٠-The Following Tworesearch studies bear directly on this point Bernard Berelson,"What missing The News paper Means", incommunicaion Research,١٩٤٨-١٩٤٩,ed.P.F.N.stanton

(Newyork:Harper&Brother,١٩٤٩)PP.١١١-٢٩:pen Kimball. "people without papers.publicopinionQuarterly ٢٣، no.٣ (fall ،١٩٥٩) :p ٣٨٩ – ٩٨.

٢١ – ملفين ل ،ديفلر وساندرا روكيتش ، نظريات وسائل الاعلام ،مصدر سابق،ص١٢٨– ١٢٩

٢٢ – المصدر السابق نفسه ،ص ١٣١

٢٣ – المصدر السابق نفسه ، ص ١٦٧-١٦٨



الباب الثالث

تخطيط البرامج الاقناعية فى الاذاعة والتليفزيون

الفصل الأول

أهمية التخطيط لبرامج الإقناع في الإذاعة والتليفزيون

يقصد بالتخطيط إستخدام الطاقات المادية والبشرية الى اقصاها من اجل تحقيق الاهداف الموضوعة في ا لخطة، أو هو عملية تحقيق الاهداف المستقبلية المتصورة ذهنياً مع الايمان بان الحالة المستقبلية المنشودة لابد وان تنبثق من الحالة الراهنة. فالتخطيط لبرامج الاذاعة والتلفزيون لايعني تحديد الاهداف فقط وإنما يشتمل على رسم الخطط والتنسيق ووضع البرامج ومتابعة التنفيذ وتقويم الأداء .

-. ويرى بعض المتخصصين إن التخطيط يحقق غايات محددة بشكل منظم لانهُ يفيد في تنسيق الانشطة المتنوعة وتوجيهها الى اهداف واقعية محددة متفق عليها، والبديل عن التخطيط هو السلوك العشوائي غيرالمنظم وغير المبرمج.(١)

والتخطيط يوفر درجة من الرشد والعمل المنظم ودقة لاداء ، وفي غياب التخطيط تختلط الادواروتصبح التصرفات عبارة عن ردود افعال غير منظمة للمواقف والمشكلات،اما التخطيط العلمي المنظم فإنهُ يأخذ المبادرة في خلق اجواء تسمح بتحقيق الاهداف التي وضعت من أجلها الخطة. (٢)

يتضح مما سبق إن التخطيط عملية علمية مقصودة ومتجددة وليس عملاً عشوائياً أو نشاطاً وقتياً، وفضلاً عن ذلك فإن التخطيط لابد وان يُعبر عنهُ بعدد من المراحل والخطوات المتعاقبة التي يتوقف نجاح كل منها على نجاح الخطوة السابقة لها وعلى مقدار الاهدا ف المتحققة خلال مراحل التنفيذ.(٣)

كما إن التخطيط ليس فكرة رومانسية أو خيالاً علمياً من قبيل المعجزات،وإنما عملاً إيجابياً يتصف بالواقعية والدقة والمرونة، فالتخطيط يجب أن يكون على أرضية من البحث ا لعلمي تستند الى معلومات صحيحة واهداف واضحة وإمكانات كافية، ومهما كانت الاهداف طموحة فلابد إن تكون واقعية ممكنة التحقيق سواء كانت سرية أو معلنة،ولابد من التنبية هنا الى إن الاهداف التي توضع لأية خطة يجب أن تسبقها دراسة لإمكانيات التنفيذ وتحديد سبل

الوصول اليها، وان كل تخطيط مهما كان نوعهُ لابد وان ينبثق من السياسة العامة لأية دولة معاصرة .

أ ما ما يتعلق بالتخطيط لوسائل الاعلام وإنتاج برامجها لابد وان ينبثق من السياسة الاعلامية التي هي إنعكاس للسياسة العامة لأية دولة ، والتخطيط الاعلامي يمثل المرحلة الاولى التي تلي مرحلة وضع السياسة الاعلامية ، فاذا كانت السياسة الاعلامية هي التي تضع الخطوط العريضة لمسارات واتجاهات الانشطة الاعلامية الهادفة، فإن الخطوة التالية هي -ترجمة هذه السياسات الى خطط محددة وواضحة قابله للتنفيذ .

وبذلك فإن أهمية التخطيط لبرامج الاذاعة والتلفزيون تتأتى من أهمية وضع السياسات، والتخطيط للاذاعة والتلفزيون لاينفصل في معناهُ العام وألياتهُ عن أي تخطيط لأي نشاط أخر، لأنهُ إن اختلف في بعض العناصر فمن النواحي الوظيفية فقط،وإن مراحل الخطة يجب إن تتابع بدقة خلال كافة مراحل التنفيذ للتيقن من الاستخدام الامثل للأمكانات والموارد المالية والتقنية والفنية لتحقيق إنجازات تقدمية حقيقية تمثل الاهداف التي وضعت من اجلها الخطة(٤)

ووفقاً لهذهِ التصورات فإن التخطيط لانتاج البرامج الاقناعية للاذاعة والتلفزيون لايقتصرعلى تحديد الملامح الاساسية لسياسات للإذاعة والتلفزيون، بل يتعداها ليشمل مرحلة تحديد الاهداف العامة والخاصة القريبة والبعيدة المتعلقة بالأحتياجات الفعلية لمجتمع الوسيلة، ومقارنة ذلك كلهُ بالامكانات والموارد المتعلقة بالتنفيذ ومستوياتهُ، يضاف الى ذلك ماتحتاجهُ الخطط التنفيذية من أُمور اخرى كالمنهجية والخبرات الميدانية في مجالات التنفيذ، والادارة الناجحة ومستلزماتها وبخاصةً تلك التي تتعلق بالمتابعة القياس والتحليل والفحص والمراجعة والتعديل والتقويم هذا من ناحية ، ومن ناحية ُاخرى يجب

أن يضع المخطط في حساباته المرونة المطلوبة للتحرك عند التنفيذ ،لأن ذلك يعد من العناصر الاساسية خلال كافة مراحل التخطيط والتنفيذ (٥)

وإذا اريد النجاح لأية خطة في الاتصال الاقناعي لوسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية: لابد من توفير عدداً من العناصر الاساسية التي تعد من المستلزمات الاساسية لكل ما يتعلق بالتخطيط لإنتاج البرامج المسموعة والمرئية تتمثل هذه العناصر بالنقاط الاتية :-

١- تحديد أهداف الخطة البرامجية التي يروم المخطط الاعلامي تحقيقها بدقة ووضوح على إن تكون هذه الاهداف ممكنة وقابلة للتنفيذ .

٢- وضع سقف زمني لتنفيذ الخطة البرامجية وفق توقيتات زمنية محددة لكل مرحلة بحسب نوعية الاهداف واولوياتها وأهميتها ومراعاة الظروف والمتغيرات المحيطة وماتتطلبهُ من مرونة.

٣- تحديد وسائل وسبل تحقيق الاهداف الموضوعة للخطة الانتاجية بالامكانات المخصصة لها وفقاً للسقف الزمني المحدد.

٤- تهيئة المعلومات والبيانات الصادقة و الدقيقة المتعلقة بالمواردالبشرية والمادية المتاحة قبل البدأ بتنفيذ الخطة.

٥- بالإمكان تجزئة الخطة العامة بعيدة المدى الى خطط مرحلية أو دورات برامجية على أن تنبثق من الخطة العامة ولاتخرج عنها بأي شكل من الاشكال.

٦- إحكام عملية المتابعة ووضع نظام دقيق للمراقبة والتقويم لمعرفة مدى نجاح عمليات التنفيذ في تحقيق الاهداف وتلافي حالات الإخفاق في الوقت المناسب.

٧- وضع خطط على درجة كبيرة من المرونة،تكون بمثابة خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة المستجدة.

٨- إتاحة الفرصة أمام أكبر عدد ممكن من العاملين لضمان شمولية المشاركة .

٩- يجب ترجمة الخطط العامة بعيدة المدى وتحويلها الى خطط تنفيذيه فرعية بمستويات مختلفة ومتدرجة عند التنفيذ تعتمد على توزيع الادوار لضمان دقة التنفيذ وتحقيق الأهداف .

١٠- يجب تحقيق التوافق والتنسيق بين عمليات التنفيذ وعمليات المتابعة خلال كل مرحلة من مراحل التنفيذ وتحقيق المطابقة بين مقتضيات التنفيذ والاهداف المتوخاة من الخطة.

١١- ينبغي مراعاة إن يكون لكل خطة عامة عقيده تنبثق من عقيدة المجتمع وتمثل قيمهُ العليا ،على ان تترسخ ثقة العاملين بهذه العقيدة لضمان سرعة التنفيذ ودقته.

المرتكزات الاساسية لتخطيط البرامج الإقناعية المسموعة والمرئية :

التخطيط الاعلامي لبرامج الاقناع في الاذاعة والتلفزيون إسلوب علمي عقلاني يعتمد القواعد والمبادىء العلمية لتحقيق أهداف محددة متعددة الاغراض، تتصل بنشاطات ووظائف وسائل الاعلام المسموعة والمرئية والمؤسسات والوسائل المسانده لها في إدائها لوظائفها،والتخطيط عمليات علمية إرادية ومقصودة لتنفيذ مهمات معينة تتعلق بالاهداف العليا للمجتمع وكيفية تلبية حاجاتهُ الاساسية،إن تنفيذ تلك الخطط البرامجية يتم من خلال ثلاثة منطلقات اساسية هي:-

أ – وضع الخطة

ب- خلق مشاركة شعبية واسعة للمساهمة الفعلية في تنفيذها .

ج- متابعة عمليات التنفيذ وتقويم دقة الاداء .

إن إثارة الاهتمام بعمليات التخطيط لبرامج الاقناع الجماهيري في الاذاعة والتلفزيون واستمرارالتأكيد على دقة التنفيذ، يتأتى من أهمية هذه

الوسـائل ومحاولـة توظـيفها في تنمية المجتمعات وتحقيق الاهداف التي تجسد تطلعاتهـا واشباع حاجاتهـا الاساسـية ، وان ذلك لابد وان يقـوم على ثلاثة مرتكزات أساسية يمكن إيجازها بالاتي :- (٧)

أولا

دراسة الإمكانيات والموارد البشرية والمالية والفنية والتقنية

إن دراسـة الامكانـيات والمـوارد المتاحة دراسـة علميةجادة وموضوعية وحسـاب الظـروف والمستجدات بدقة ، يعد من المرتكزات الاساسية التي تعتمد عليها عمليات التخطـيط، لما لهـذه الامـور مـن دور حـيوي يمكّـن من سرعة الانجازودقتهُ ،وفـضلا عـن ذلـك فـإن دراســة الامكانـيات ودراسـة الظـروف والمستجدات واستثمارالعناصـر الحقيقـية للانـتاج واستغلال الخصـائص التقنية والفنية لوسـائل التنفـيذ وتوظيف ذلك كله في عناصر الخطة الانتاجية لبرامج الاقـناع يمكّـن المعنيين من دقة الانجازوسرعة التنفيذ ، إلا إن ذلك كلهُ لايمكن إن يتم بمعزل عن التوجهات السياسية المستوحاة من التوجهات المركزية العليا المنبثقة عن الخطط القومية الشاملة لكل بلد أو مجتمع.

ثانيا

أهمية الأبحاث المتعلقة بجمهوروسائل الاتصال

تعـد أبحاث جمهوروسـائل الإتصال الإقناعي من المرتكزات الاساسية التي تعتمد عليها وسائل الاتصال الجماهيري في توجيه رسائلها الاقناعية الى جمهـور واسـع ، يمـتاز بالامزجة المتقلبة والاذواق المتباينة والحاجات المتجددة والخـصائص المخـتلفة في الجـنس والسـن والمهـنة ومستويات التعليم والثقافة والتحـضر ، ويتـصفون بالتـنوع وعـدم التجانس ، واذا ما أريد لوسائل الاتصال الجمـاهيري إن تكـون أكثـر تـأثيراً واقـوى اقـناعاً، فلابـد للقـائمين علـى هذه الوسـائل من مراعاة صفاة وخصائص الجمهور الذي يتوجهون اليه ببرامجهم ،

وعلى القائم بالاتصال أن يطلع بدقة وموضوعية على مجتمع الوسيلة من حيث: عاداتـهُ وتقاليدهُ وعقائـدهُ ومعـتقداتهُ واعـرافهُ وقـيمهُ الروحية ورموزهُ التعبيرية واتجاهاتهُ السياسية وميولهُ ورغباتهُ وعدم الاستخفاف باي من هذه المتغيرات أو تجاهلها ، لأن هذه القيم والمعاني الانسانية تمثل شخصية المجتمع و روح الامة وهويـتها التي تميـزها عـن غيرها من الامم الاخرى ، وعلى المخطط ان يأخذ بجميع هذه المتغيرات ولا يستخف بأي منها ، لأن الاستهانة بها يعد تجاهلاً للجمهـور واغفـال لـدورهُ واهمـال مشاركته ُ وتفاعله ُ مع القائمين على الوسيلة ومضـامينها مـن خـلال عمليات الاقناع والاقتـناع ، كمـا إن الأخذ بخصائص الجمهـور يعـني احترام الذات الجماعية للمجتمع، و يؤدي الى حصول القائم بالاتـصال علـى ردود افعـال ايجابية وتوا صل مع الجمهوربما يضـمن مشـاركتهُ وتفاعلـهُ مـع الوسـيلة ، وبذلك يتمكن القائم بالإتصال من تحقيق درجة إقناع مقبولة تعـد انعكـاس لمـا تـوجههُ هذه الوسـائل من برامج مدروسة وهادفة ، إن جمـاهير وسـائل الاتـصال في المجـتمعات المعاصـرة تعـبر عـن نزعة انتقائية في تعاملـها مع وسائل الاعلام، تجعلها تتجاهل الوسائل التي لاتحترم احاسـيسـها ومـشاعرها فتـنفض عـنها للـبحث عـن وسـائل اخـرى تـستجيب لاعتـباراتها الشخصية واحتياجاتها ولا تستفز مشاعرها .

مـن هـنا تتأتـي أهمـية أبحـاث الجمهـور والوقـوف علـى الحقائـق والخصائص المتعلقة به، إلا إن هذه الأبحاث ينبغي أن تكون ميدانية جادة ، تـصاحبها اسـتطلاعات للـراي العـام و مـسوحات شـاملة للجمهـور والوسـائل والاسـاليب، واعـتماد مـناهج بحـث علمية رصينة يديرها ويشرف عليها خبراء متخصصون يختارون الوسائل والأساليب الاكثرملائمة لتحقيق تلك الغايات.

ثالثاً

التخطيط لتنفيذ برامج الإقناع في الاذاعة والتلفزيون

إن تعدد محطات الاذاعة وقنوات التلفزيون وانتشار البث الفضائي المباشر والرقمي، ادى الى إتساع دور وسائل الاتصال الجماهيري، وازدياد اهمية وظائفها الاقناعية في المجتمعات المعاصرة، سواء في مجالات التنمية والتطور أو في مجالات الحرب النفسية والدعاية والاعلان وتطور فن الاقناع أم في مجالات الترفية والتسلية، إن تعدد هذه الوسائل وتنوعها وتطور مضامينها ادى الى تزايد اعداد جمهورها وتعاظم دورها الاقناعي .

هذا من ناحية ،ومن ناحية اخرى فإن تنوع إهتمامات الجماهير وإتساع حاجاتها ،ادى الى طرح العديد من المشكلات امام القائمين على إدارة هذه الوسائل الجماهيرية، منها ما يتعلق بتنويع البرامج التي تبثها هذه القنوات وأوقات عرضها ومدى ملائمتها لاذواق الجمهور وميولهُ واهتماماتهُ وقيمهُ ومعتقداتهُ واوقات فراغهُ،فضلاً عن اساليب تقديم هذه البرامج وما تفرضهُ من تطوير لتدعيم قناعات الجمهور.

ذلك كلهُ يلقي على عاتق الجهات المسؤولة عن التخطيط والاعداد والتنفيذ لبرامج الاذاعة والتلفزيون أعباء ومسؤوليات كبيرة: خاصة وإنهم يواجهون اشكال اخرى من المهام تتعلق بكيفية التوفيق والتنسيق بين تلبية احتياجات الجمهور ورغباتهُ و بين الاستجابة لسياسات التلفزيون المنبثقة من السياسة المركزية العامة لكل بلد.

وقد تمكن بعض المسؤولين في بعض البلدان من التغلب على بعض هذه المشكلات، وبخاصة ما يتعلق منها بالفرعيات والتفاصيل من خلال الخطط

المرحلية التي تمكنوا من ترجمتها الى دورات برامجية،بعدها الكادر التخطيطي بالتعاون مع العناصر الفنية التنفيذية، التي تقدم دراسات مقترحه الى لجان التخطيط المركزية لمناقشتها وإقرارها بشكلها النهائي .

تجدر الاشارة هنا الى معظم القنوات التلفزيونية الرسمية والاهلية الفضائية والمحلية تعتمد الصيغ العامة لمعتمدة لدى معظم محطات التلفزيون العالمية، وذلك بتقسيم السنة لى اربع دورات برامجية،أمد كل دورة ثلاثة اشهر،يراعى في إعدادها ظروف كل بلد والسياسة السائدة والايدولوجية المطبقة وتوقيتات الصيف والشتاء،والعطل الصيفية والربيعية،والمناسبات الوطنية والاعياد العالمية،والدينية وشهر رمضان الكريم في المجتمعات الاسلامية،كما يراعى في إعداد الدورات التلفزيونية دراسة الامكانات المادية والبشرية،و الاعلامية والفنية،ودراسات الجمهور لمعرفة انسب الاوقات التي تلائم تقديم البرامج الى اليه على وفق فئاتهُ العمرية ومتغيرات الجنس والمهنة،والوظائف الاجتماعية واوقات الفراغ لكل فئة إجتماعية.(٨)

لهذهِ الاسباب يمكن القول:إن نشاطات الاعلام المرئي والمسموع أضحت نشاطات علمية مدروسة تبتعد كلياً عن الارتجال والعفوية، بإستثناء بعض المحطات الرسمية التقليدية في بعض البلدان النامية،وإن أخطرما يمكن الاشارة اليه بهذا الصدد إن العديد من المحطات الفضائية انتظمت في تكتلات دولية ضخمة تضم شبكاتفضائية وأرضية واسعة لوسائل الإعلام المرئي والمسموع تقدم خدماتها بوسائل وأساليب متنوعة على درجة عالية الدقة والتطوروبملاكات مهنية متخصصة محترفة.

تعمل بموجب خطط إستراتيجية تعدها مراكز ابحاث متقدمة تمول من قبل شركات ومؤسسات كبرى ترتبط بالدول الرأسمالية المهيمنة، ولهذهِ الأسباب فإن هذهِ التكتلات الأعلامية الكبرى تنفذ سياسات الدول المهيمنة التي

تمولها ، من خلال حملات إعلامية دعائية ونفسيه تشنها على مدار الساعة، ضد ا لمجتمعات النامية وبخاصة العربية والاسلامية منها، هذا ما نشهدهُ اليوم في الحرب المعلنة على العرب المسلمين تحت ذريعة ما سمي بالحرب على الارهاب.

فالحرب الاعلامية الدعائية والنفسية التي يشنها الغرب اليوم على مجتمعاتنا،تعتمد على تخطيط دقيق ومتقن وإمكانات هائلة وتقنيات على درجة عالية من ا لتطور،وان أخطر ما في هذه الحملات الاعلامية الغربية هو إن : لها اهداف عدائية واضحة ومحددة البعض منها معلن والبعض الآخر غير معلن، ومما يزيد الامر صعوبة وتعقيداِن مجمعاتنا العربية وبعض المجتمعات الاسلامية والنامية اخفقت في التخطيط العلمي الدقيق لوسائل إعلامها، وإذا وضعت خطط فاهدافها غير واضحة ومتناقضة لاتُبذل جهود حقيقية جادة لتنفيذها وذلك هو احد اسباب الازمة التي يعاني منها الاعلام العربي.

وسنستعرض بعض المشكلات والمعوقات التي يعاني منها المخططون لوسائل الاعلام في العالم النامي وبخاصة الاعلام العربي، الذي اخذت وسائلهُ تتجه اتجاهات عشوائية ومتناقضة، يعمل قسم منها لصالح الاعلام الغربي مسانداً له ضد مصالحنا وقضايانا العربية والاسلامية، سواء بالاعلان والترويج لمنتجات الاقتصاد الغربي أو بتسويق السياسات الغربية بما تشتمل عليه من افكار وتوجهات ونماذج سلوك مهددة لامننا الاجتماعي، وبخاصة ما يتعلق منها بافكار العولمة وما تدعو له من الترويج للديمقراطيات الغربيةالزائفة لتطبيقها في مجتمعاتنا العربية والاسلامية التي لها خصوصيات ثقافية واجتماعية بعيدة كل البعد عما يروج لهُ دعاة الغرب من افكار مشوشة للعقل العربي المسلم ومهددة للتماسك الاجتماعي الذي بني على قيم ومثل روحية على درجة عالية من النقاء

تميزهُ عن القيم المادية الغربية التي يتسم معظمها بانهُ قائم على الانحلال الخلقي والانحراف والشذوذ والعلاقات الآلية والمصلحية.

معوقات التخطيط لوسائل الاتصال الجماهيري العربية والنامية :

يعاني المخططون للأعلام العربي والاسلامي والنامي من مشكلات ومعوقات تكاد تكون مشتركة في المجالين السمعي والمرئي، ومن بين اهم المعوقات التي برزت بشكل ظواهر ملفتة للنظر نوجز الأتي :-

١- مشكلات تتعلق بنقل التكنلوجية الى مجتمعاتنا العربية والاسلامية والنامية، إذ وضع الغرب العديد من الحواجز والصعوبات بوجة مجتمعاتنا تحول دون وجود آليات تحدد انسيابية معينة لنقل التكنلوجية والتعامل معها والتكيف مع مقتضياتها بجميع المفاصل الاتصالية .

٢- هناك معوقات تتعلق باستخدام اتقنيات عالية الدقة في التخطيط لوسائل اتصالنا الجماهيرية.

٣- عدم دقة النتائج في العديد من ابحاث الاتصال الجماهيري التي اجريت في مجتمعاتنا العربية بسبب عدم كفاية المعومات والبيانات التي يحتاجها المخطط لوسائل الاتصال الجماهيري.

٤- ضعف التمويل وقلة الموارد المخصصة لادارات التخطيط للأعلام العربي .

٥- ضعف التعاون والتنسيق بين اجهزة التخطيط ومراكز الأبحاث العلمية من جهة ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة اخرى.

٦- ضعف الملاكات الفنية الوطنية في مجالات التخطيط لعدم وجود مراكز تدريب متخصصة واعتماد معظم البلدان العربية على الخبرات الاجنبية الوافدة .

٧- عدم مساهمة المؤسسات الاقتصادية العربية في دعم مراكز البحث العلمي والتخطيط لوسائل الاعلام العربية .

٨- عدم الثقة بمؤسسات التخطيط للأعلام العربي .

٩- عدم الاهتمام بمؤسسات التخطيط وتحديد ادوارها بدقة وتشجيعها على الابداع لتطوير مؤسسات الاعلام العربي.

١٠- ضعف الخطط العامة وعدم استجابتها لاحتياجات الجماهير، و ذلك لعدم وجود اهداف واضحة امام المخططين للإعلام العربي تميزبين مستويات الاعلام المحلي والعربي والاسلامي والاقليمي والعالمي.

١١- عدم وجود خطط إستراتيجية بعيدة المدى تحدد اولوياتها بدقة، والاكتفاء بخطط آنية تمثل ردود افعال على الاحداث والمستجدات .

١٢- عدم الاهتمام بدراسات الجمهور وتوفير مستلزماتها المالية والتقنية والبشرية.

تخطيط الحملات الاعلامية :

إن الحملات الاقناعية التي تشنها وسائل الاعلام السمعية والمرئية سواء كانت نفسية أو سياسية أو اقتصادية، لابد ان تعتمد على تخطيط علمي دقيق يستند الى معلومات على درجة عالية من الثقة والموضوعية، سواء كانت هذه الحملات في مجالات الدعاية والاعلان والعلاقات العامة أو الحرب النفسية وغيرها من العمليات الاتصالية، ويشترط في التخطيط للحملات تشكيل جهاز مركزي يحول السياسة العامة الى خطط اعلامية ايجابية تخدم المصالح العليا للمجتمع الذي تعمل فيه هذه الوسائل ،وان اية حملة اعلامية تهدف الى الاقناع ، لابد وان تقوم على إستراتيجية واضحة المعالم والاهداف والامكانيات، وفي ضوء ذلك يمكن ايجاز اهم مراحل إستراتيجية الحملة الاعلامية بالنقاط الاتية :-

اولا- تحديد المشكلة ومجالها فيما اذا ماكانت سياسية واقتصادية أواجتماعية أونفسية، والوقوف على ابعادها وتأثيراتها و عمقها وتشعبها و

الغموض الذي يكتنفها والتعارض بين متغيراتها ومعرفة فيما إذا كانت عامة تهم المجتمع بأكمله أو ميدانية تخص ميدان معين.

ثانياً- دراسة الجمهور بصورة جدية وشاملة، وتحليلهُ من حيث طبائعهُ وعاداتهُ وخصائصهُ النفسية والاجتماعية والديموغرافية والبشرية، ودراسة طابعهُ القومي وقيمه واتجاهاته السياسيه ومستوياته الثقافيه ومقوماته الحضاريه وعقائده لدينيه وقوانينه وأنظمته الضبطية .

ثالثاً- تحديد اهداف الاتصال الاقناعي: باعتبارها تشكل جوهر عمليات التخطيط لإستراتيجيات الاعلام العربي ، فا لأهداف هي التي تحدد الاتجاهات وما يمكن إن تفضي اليه من نتائج ايجابية وفيما إذا ما كانت ممكنة التحقيق واقعية قابلة للتحويل الى مضامين إقناعية مؤثرة تجسد أهداف الخطة.

رابعاً- التخطيط للانتاج: بعد إن ينتهي جهاز التخطيط من تحديد الاهداف يتحول الىالبحث في انتاج مضامين لرسائل وسائل الاتصال،وتحديد اشكال هذه المضامين والاساليب والوسائل الملائمة لتنفيذها .

خامساً- الاختبارات والتجارب :بعد إن يضع المخططون للحملةالاعلامية المضمون ويحددوا أساليب ووسائللتنفيذهُ، لابد وأن يسمون الى تجريبهُ واختبار مدى دقة الوسائل وملائمتها للبث، واختبارالاساليب ونجاحاتها من خلال إجراء اختبارات قبلية وبعدية على عينات من الجمهور بطرق علمية منهجية للتاكد من وضوح المضامين ومقدار الاستجابة لها ومديات قبولها والمعوقات الإتصالية .

سادساً- البدأ ببرامج الحملة: بعد الاطلاع على نتائج التجارب والاختبارات التي تسبق المباشرة بالحملة والتأكد من موضوعية وايجابية النتائج يقوم المسؤولون عن الحملة بوضع التوقيتات المناسبة للمباشرة بتنفيذ الحملة، سيما وان التوقيت

يعتبر العنصر الاساسي لإنجاح الحملة : لذلك توضع توقيتات واقعية لبداية الحملة ونهايتها.

سابعاً – مراقبة تنفيذ الحملة والإشراف عليها : تبدأ مرحلة المرا قبة منذ اليوم الاول لوضع خطة الحملة موضع التنفيذ، وإن المراقبة خلال هذه المرحلة تعد من الامور المهمة، لأنها تساعد في الوقوف علىالنجاحات والإخفاقات الصعوبات والتعرف على الاحتياجات التي يتطلبها العمل التطبيقي خلال مراحل التنفيذ .

ثامناً – تقيم الأداء للحملة الاقناعية: تهدف عملية التقييم الى قياس الاثروبقة الأداء والانجازات والنجاحات المتحققه والاخطاء والانحرافات والمعوقات والصعوبات،والموارد التي تم انفاقها والنتائج النهائية للحمل .

أشكال حملات الاقناع في وسائل الاتصال الجماهيري:

إن جمع المعلومات والبيانات الدقيقة يسهم في وضع خطة إ ستراتيجية دقيقة للإقناع في وسائل الاتصال الجماهيري،كما إن اجراء الدراسات والتجارب والاختبارات يمكّن القائمون على الحملة من وضع التصورات الواقعية لأشكال الحملات الاقناعية واتجاهاتها عند التنفيذ ومن خلال ذلك قد تتخذ الحملة احد الاشكال الاتية :- (٩)

١- البداية القوية والتناقص التدريجي : ومعنى ذلك إن تبدأ الحملة بدرجة عالية من الزخم و التركيز ولكثافة والانتشار حتى تحقق اكبردرجة تغطية ممكنة وتترك اكبر اثر اقناعي ، ثم تاخذ الحملة بالتناقص التدريجي الى إن تصل الى حد معين تستقر عنده من حيث التكرار والتركيز والانتشار .

٢- البداية المحدودة والتزايد التدريجي: وهو الصورة العكسية للشكل السابق، إذ تبدأالحملة بعدد محدود من المواد الاعلانية بزخم معتدل وسرعان ما تأخذ بالتزايد التدريجي من حيث الزخم والتكرار والتنوع والتعدد بالقنوات الاقناعية حتى تصل الى درجة من الانتشار تثبت عندها حتى نهاية الحملة.

٣- التوازن : هو الشكل الذي يتوازن فيه زخم المادة الاقناعية من وسائل الاتصال الجماهيري على امتداد المدة الزمنية المحددة في الخطة.

٤- التبادل في خلق الاثر الاقناعي : بمقتضى هذا الشكل تبدأالحملة بداية قوية ثم تتناقص، ثم تقوى مرة اخرى وتتناقص وتتبادل الادوار، وفقاً لهذه الحالة اكثر من وسيلة اقناع بموجب خطة مسبقه واضحة المعالم ، تجدر الاشارة الى إن هذا الشكل يحقق المزايا الاتية:

أ- امكانية التركيز الاعلامي في الاوقات المناسبة لهذا النوع من برامج الاقناع .

ب- امكانية استمرار الحملة بشكل متواصل دون انقطاع طوال مدة الحملة، وإستخدام الاعلام بعملية التذكير بمنبهات معينة بصفة دائمة.

ج- امكانية نشر المادة الاقناعية وعرضها واذاعتها اكثر من مرة في عدد كبير من الوسائل الاعلامية المتاحة .

د- التمكين من أجراء تقييم جزئي ومرحلي متواصل مع استمرار الحملة الاقناعية وذلك على العكس من الاشكال الاخرى التي سبقت الاشارة اليها، ويمكن التنويه هنا الى انهُ مهما كان الاهتمام بالتخطيط للتحرك الاعلامي، ومهما رصدت له من امكانيات ،لايمكن ان يكون له جدوى ما لم يتم حل اشكالية التدريب والتأهيل لكوادر العمل في الوسائل السمعية والمرئية، وما لم يتم الاهتمام بتبني دراسات موضوعية جادة لجمهور وسائل الاتصال، تهدف الى التعرف على الخصائص العامة والخاصة للمستمعين والمشاهدين لمخاطبتهم باللغة التي يفهمونها والاسلوب الذي يفضلونه، من اجل خلق حالة من الثقة والمشاركة والتفاعل الايجابي بين القائمين على وسائل الاتصال الجماهيري وجماهيرهذه الوسائل، لتحقيق درجة اقناع بما تبثه هذه الوسائل من مضامين، خاصة وان الانتاج الاذاعي والتلفزيوني يراعي في إعدادهُ خصائص المستمعين والمشاهدين بما يحقق حاجاتهم ويشبع رغباتهم ويرضي اذواقهم، وما لم يتحقق ذلك فلا يمكن الحديث عن آثار اقناعية لبرامج وسائل الاتصال الجماهيري،وهذا ما سيتم تناوله من خلال الفصل الثاني .

الفصل الثانى

إشكال الحديثة والمعاصرة فى وسائل الإعلام العربية

تتمثل اشكالية الحداثة والمعاصرة في وسائل الاعلام العربية في المجالين السمعي والمرئي باكثر من بعد،إلا إن البعد الاتصالي يعد محوراً مركزياً للأبعاد الاخرى؛لانه يؤثر في تلك الابعاد سلباً أو ايجاباً، وذلك لان التطور في الميادين الاخرى يرتبط بشكل أوبآخر بالتطور في الميادين الاعلامية ، إذ إن وسائل الاتصال الجماهيري اصبح لها دور واضح بكل تطور يحصل في ميادين :الثقافة والسياسة ،والاقتصاد، والتعليم... الخ، وقد تنبهت الى ذلك معظم بلدان العالم على اختلاف درجات تطورها، وسعت الى امتلاك تقنيات اتصال جماهيري متطورة؛وبخاصة تقنيات القنوات الفضائية واضحى للعديد من بلدان العالم اكثر من قناة، وخاصة البلدان العربية التي اتاحت لها امكانياتها الاقتصادية امتلاك احدث التقنيات والتجهيزات الاتصالية عالية الدقة مثل:الاجهزة الرقمية السي دي روم ،والانترنيت والاجهزة الخلوية والحاسبات الالكترونية المتطورة ، وتلفزيون المخطوطات(Teletex) وفديو المخطوطات(Viedeotex) وبنوك المعلومات... الخ

ولكن على الرغم من توفر هذه التقنيات الاتصالية المتطورة،إلاان إشكالية الاتصال في البلدان العربية ما تزال قائمة وتزداد تعقيداً يوم بعد آخر، وان تضخم هذه الاشكالية ليس بسبب قلة الموارد ولا بسبب عدم توفر التقنيات الحديثة، ولكن لاسباب وعوامل اخرى تتمثل بعدم امكانية العديد من البلدان العربية تكييف وتوظيف هذه التقنيات مع مجتمعاتنا العربية بما يتلائم من خصائص مجتمعاتنا وحاجاتها الاساسية.

فضلاً عن عدم توفر الكوادر الاتصالية المؤهلة القادرة على إدارة هذه التقنيات وإستخدامها على وفق خصائصها التقنية والفنية والاجتماعية والنفس، فعلى الرغم من كلفة هذه التجهيزات الباهضة،إلاانها بقيت في العديد من البلدان شكلاً بارداً دون استخدام حقيقي ،واذا استخدم بعضها في هذا المجال اوذاك فعلى نطاق ضيق، وهناك من أساء استخدامها،وسعت بعض المؤسسات

الى الاستعانة بالخبرات الاجنبية الوافدة من البلدان الغربية و التي اخفقت في التعبير عن احاسيس ومشاعر وحاجات ورغبات مجتمعاتنا، على الرغم من خبراتها التقنية إلا انها تجهل المعرفة بخصائص شعوبنا النفسية والاجتماعية، الامر الذي أفشل الوسيلة والمضمون فاخفقت مؤسسات الاعلام العربي في تنفيذ خططها ومهامها، وكل ذلك كان بسبب عدم توفر الكوادر والملاكات البشرية الوطنية القادرة على إستعمال تلك التقنيات الاتصالية على وفق طاقاتها التصميمية المتطورة .

وقد اشير الى هذه الاشكالية في العديد من المحافل وبخاصة العربية منها مثل:- المؤتمر الخليجي الاول للصحافة الذي انعقد في ابو ظبي للفترة من ٧-٩ اذار١٩٩٨م،وفي مؤتمرات مجلس وزراء الاعلام العرب، وبخاصة في دورته الخامسة والعشرون التي انعقدت في القاهرة في شهرايلول ١٩٩٢م، الذي أعاد طرح الموضوع نفسه في صيف عام ١٩٩٨م بالتاكيد على التزامه باتباع أحدث اساليب التدريب الكفيلة بصقل مواهب الاعلاميين العرب،وتعميق خبراتهم،وجعلهم قادرين على التعامل الصحيح والواعي مع الاجهزة الاتصاليه المتطورة، إلا إن جميع هذه الاجتماعات والمؤتمرات لم تتخذ اجراءات فعلية جادة لمعالجة اشكالية الاعلام العربي وسيلة ومضمونا، فقد جرت العادة على إن تبقى مقررات الاجتماعات والمؤتمرات وتوصياتها حبراً على ورق دون تنفيذ،وإذا حصل حداً ادنى من التنفيذ في اطار الشكليات فقد يحصل ذلك دون أن يمس الجوهر.

لذلك بقيت الاشكالية في وسائل الاتصال الجماهيري العربية عقبة شاخصة في الواقع العربي ،على الرغم من الحديث عن التباين في حالات المواجهة لهذه الاشكالية بين بلد وآخر، فهناك بلدان عربية لديها قدرات فنية تمكنها من الاستفادة الكاملة من الاجهزة الاتصالية المعقدة عالية الدقة، وبإمكان هذه البلدان إستيعاب آخر ما توصلت اليه تكنولوجيا الاتصال الحديثة ولكنها تواجه إشكالية التمويل المالي، التي تعد ضرورية لنقل واستيعاب التكنولوجيا

عالية الدقة والتعامل معها بمهنية عالية. وبالمقابل هناك بلدان اخرى لديها الإمكانيات المالية الكافية التي تمكّنها من إمتلاك التكنولوجيا عالية الدقة ولكنها تفتقر الى الخبرات الفنية التي تمكنها من التعامل مع هذه التقنيات المتطورة، مما ادى الى ابقاء هذه التقنيات المستوردة بكلف مالية عالية عبئاً على تلك الدول التي استوردتها دون الاستعدادا لكافي لاستيعابها ، فأضحت تلك التقنيات لاتعدوعن مظهراً كمالياً لا يعبر عن الحاجات الاساسية لتلك المجتمعات لتنشيط عمليات الاتصال الجماهيري وتفعيل وظائفه ، وعند استقراء تلك الاشكالية والوقوف عند اسبابها وميرراتها في الواقع العربي، يتبين لنا بوضوح إن حل هذه الاشكالية لايتم إلا بتكامل كافة عناصر العملية الاتصالية من خلال تكامل عربي أو اقليمي مشترك ،كما إن الخروج من هذه الاشكالية يتطلب الانفتاح على العلم والمعرفه والتعامل الايجابي مع التكنولوجيا بمختلف حلقاتها وتهيئة المجتمعات العربيه لتقبل واستيعاب المستجدات التقنية المتطورة، من خلال تدريب وتأهيل الكوادر والملاكات الفنية لأدارتها بأتقان وكفاءة عالية .

أهمية التدريب والتأهيل لكادرالعمل في وسائل الاتصال الاقناعي:

تتأتى أهمية التدريب والتاهيل والتكوين المهني لكادر العمل في وسائل الاقناع المسموعة والمرئية، من الحاجات الملحة لهذه الاطر البشرية المؤهلة فنياً وتقنياً لإدارة المؤسسات الاعلامية والتعامل مع معطيات الحياة ألمعاصرة بكفاءة واتقان . لهذه الاسباب فإن التكوين الفني للعاملين في المجالين السمعي والبصري يعد حجر الزاوية والاساس الذي تقوم عليه البنى الاقناعية للاعلام المعاصر، الذي ينفذ السياسات الاعلامية بالدقة المطلوبة ،التي توصل الى تحقيق الاهداف التي توضع لإستراتيجيات الحملات الاعلامية ، لهذه الاسباب فان التكوين الفني والمهني لايقل اهمية عن الحصول على التقنيات والآلات والتجهيزات والمعدات ، وهناك اهمية اخرى للتدريب والتاهيل تنبع من حاجة المجتمعات النامية وبخاصة العربية منها الى هذه الاطر البشرية الفنية المؤهلة

والمتخصصة في ادارة عجلة التنمية في جانبها الاتصالي، ومن اجل تلبية الحاجات التزايد ة لهذه العناصر عند التوسع في المشاريع التنموية، ومن اجل تلبية هذه الحاجات المتزايدة ينبغي حث الجامعات والمعاهد ومراكز الأبحاث على التوسع في القبول واعداد برامج طموحة لتلبية هذه الحاجات، من خلال تخريج اعداد كافية من المتخصصين والفنيين بمختلف التخصصات التقنية والفنية، وبخاصة في مجال المعلومات واعداد النصوص البرامجية الاقناعية وتقنيات البث والنشر وادارة الانتاج، واذا ما توفرت مثل هذه الامكانات يكون بالإمكان تطوير الفنون السمعية والبصرية وتوسيع البث وزيادة اعداد القنوات الاتصالية ، ووفقاً لمثل هذه التوجهات يصبح لزاماً على الجامعات والمعاهد العلمية إن تسعى الى التفرع وزيادة اعداد التخصصات الدقيقة وتعميق مضامينها، كما يفرض على هذه المؤسسات إن تقرن الدراسات النظرية بالممارسات الميدانية التطبيقية والانفتاح على المؤسسات العلمية العالمية من خلال انشطة التبادل الثقافي لأستيعاب التطورات التقنية الحديثة في مجالات الاتصال السمعي والبصري ،خاصة وان الحاجة الى التدريب تزداد وتكون اكثر اهمية كلما تطورت تقنيات الاتصال الجماهيري ،لأن أي تطور في تقنيات الاتصال يفرض الحاجة الى تطوير اساليب الممارسة وتطوير المضامين والتعمق في دراسات الجمهور وابتكار اساليب جديدة لأستيعاب التطورات الجديثة في الميدان السمعي والبصري.

وفضلا من ذلك يرى بعض المتخصصين والباحثين إن اهمية التدريب والتأهيل في الميادين السمعية والمرئية تتأتى من الاعتبارات الاتية :-

١- زيادة فعالية الانشطة الاذاعية والتلفزيونية في تكوين القناعات لدى الجماهير .

لعل من الامور التي اضحت بديهية لدى قطاعات واسعة من المطلعين والمتخصصين ،إن للإذاعة والتلفزيون تأثيرات إقناعية واضحة وملموسة على شرائح واسعة من الرأي العام على إختلاف مستوياته التعليمية والثقافية

والاجتماعية من خلال نشر المعلومات والمعارف والفنون وترسيخ القيم والعقائد والممارسات ونماذج السلوك التي تؤثر في عقليات الجماهير وتكوّن القناعات لديها على المستويين الفردي والجماعي ، وتسهم في خلق الميول والاتجاهات وتعزيزها.

يبقى إن نشير هنا الى إن قوة تأثيرات وسائل الاعلام وشدتها ، يعتمد بالدرجة الاولى على دقة التخطيط وطبيعة السياسات الاعلامية ومستوى تطور التقنيات المتاحة ومستويات الخبرة الفنية لكوادر العمل التي تدير هذه المؤسسات.

٢- مستوى القدره على إدارة التقنيات المتاح، على الرغم من اهمية إستخدام تقنيات الاتصال الجماهيري في المجتمعات المعاصرة، إلا إن الأهم من ذلك هو كيفية استيعاب هذه التقنيات والتعامل معها واستخدامها الاستخدام الامثل ، وذلك لن يتم إلا بإعداد كوادرفنية و تدريبها على إدارة هذه التقنيات، ومثل هذا الامر يدعو الى ضرورة الاستفادة من الطاقات البشرية الشابة التي تحمل المؤهلات العلمية التي تؤهلها للانخراط في هذه العملية، بعد تدريبها وصقل خبراتها بممارسات ميدانية تمكنها من تشغيل اجهزة الاتصال وإدارتها وصيانتها وعدم تعريضها الى التلف الناجم عن الاهمال سوء الاستخدم ، فضلاً عن ذلك فإن الكوارالمؤهلة تصبح لها القدرة على استخدام تقنيات الاتصال الدقيقه بحدود إمكاناتها التقنية وخصائصها الفنية.

٣- التوسع في إعداد الملاكات الفنية المؤهلة ، يلاحظ المهتمون بوسائل الاتصال الجماهيري، إن هذه الوسائل تطورت بشكل مثير خلال مدة قصيرة لا تتجاوز النصف قرن ، وشهدت تطورات لم تشهدها أي من الوسائل التقنية الاخرى، إذ جاءت هذه التطورات المتسارعة إستجابة لحاجات جماهيرية ملحة ومتجددة كانت الاساس في تطور العديد من اوجة الحياة وتغيير أنماطها التقليدية من خلال عمليات تجديد وتحديث متواصلة

شملت كافة مجالات الحياة، لذلك تنافست كافة المجتمعات على اختلاف درجات تقدمها الى انشاء العديد من محطات الاذاعة وقنوات التلفزة وربطها بالشبكات الفضائية واستخدام التقنيات الرقمية ، إن هذا التوسع والانتشار المتعاظم في البث ادى الى التوسع في إعداد المزيد من الملاكات الفنية لسد الحاجات المتزايده لهذه الملاكات البشرية الفنية في ميادين الاتصال الجماهيري، التي لها القدرة على إستيعاب احدث المستجدات التقنية ، فأضحينا امام جيوش من العاملين الدربين من الفنين والتقنيين ، وامام هذه الظاهرة التي تداخلت فيها التخصصات وتعددت وتزايدت فيها المخاطر، لابد من التنبه الى إن المخاطر التي تهدد المجتمعات لم تتأتى من التقنيات الاعلامية لحالها وانما من الكوادر البشرية التي تدير هذه التقنيات الاتصالية وطبيعة تكوينها ، لهذه الاسباب يتبغي الاهتمام بحسن إختيار العاملين والعناية بإعدادهم والإشراف على انشطتهم وطرق تكوينهم والتعرف بدقة على كفائتهم ونزاهتهم وحسن ادائهم؛ للتيقن من موضوعيتهم في تحقيق اهداف الخطط الاعلامية المنوطة بهم ،التي من المفترض إن ترسخ قناعات ايجابية في اذهان الجماهير و مشاعرهم، سيما وان وسائل الاعلام تؤدي وظائف سياسية واقتصادية واجتماعية بالغة الدقة والخطورة.

ولابد من الإشارة الى إن برامج الاعداد والتأهيل يجب أن لا تقتصر على العاملين الجدد من المبتدئين، وإنما تشمل العاملين القدامى ايضاً لتحديث معلوماتهم وإكسابهم مهارات وفنون إقناعية وتقنية جديدة ، لتمكينهم من القدرة على الابداع والابتكار وانتاج برامج جديدة تتسم بالجاذبية والتشويق والتميز لتكون اكثر تعبيراً عن حاجات المستمعين والمشاهدين .

خاصة وان مسألة الاعداد والتأهيل في الاعلام العربي تعاني من أزمة حادة متعددة الابعاد يمكن إيجاز بعض ملامحها بالآتي :-

١- عدم ربط الاعداد العلمي النظري بالممارسات التطبيقية الميدانية لجميع مستويات الاتصال الجماهيري ، فهناك إنفصام وعدم ربط واضح بين الدراسات النظرية والتطبيقات العملية في معظم مرافق الاعلام العربي ، وهذه الظاهرة تؤشر خلل واضح يؤثر على دقة الأداء والانجاز ويصب في دائرة الازمة .

٢- عدم التوازن بين الدراسة النظرية والممارسات العملية، في مجالات التحصيل العلمي الاكاديمي والتأهيل الفني المهني ، مما يؤدي الى خلل وضعف في برامج الاعداد والتأهيل للكوادرالفنية التي تدير وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمعات العربية ، فقد يطغى الجانب النظري على الجانب العملي وقد يحدث العكس في أحيان أخرى .

٣- غياب التنظيم والتنسيق في كافة مستويات التدريب مما ادى الى اختلال التدرج بين التأهيل الفكري والسياسي والتأهيل الفني والتقني للفنيين ومعاوني التنفيذ والمتخصصين في الانتاج البرامجي من ذوي المؤهلات العالية والمتوسطة .

٤- هناك أزمة في إعداد المناهج الدراسية والتدريبية للكليات والمعاهد ومراكز التدريب، بعد أن اخذت جهود العديد من الجامعات والمعاهد العربية تنصب على الدراسات النظرية دون تطبيقات عملية جادة، مما اوجد ضعفاً واضحاً في الخبرات الميدانية و تطبيقاتها.

٥- ضعف المناهج التعليمية والتدريبية في معظم مؤسسات التعليم والتدريب العربية وعدم مواكبتها للتطورات العلمية والتقنية العالمية ، مما أدى الى أن ينعكس هذا الضعف على المتخرجين من هذه المؤسسات ويؤشر جانباً من ازمة الاعلام العربي.

٦- هناك إشكالية أخرى ظهرت في الواقع العربي ، تمثلت بغياب التوازن في تخطيط برامج التدريب على مستويات الاطر العليا والمتوسطة والطبقات العاملة الفنية الدنيا هذا من جهة ، ومن جهة أخرى هناك ضعف في

التعاون والتنسيق بين المؤسسات الفنية المختلفة المسؤولة عن التدريب والمؤسسات الاكاديمية المسؤولة عن التعليم .

٧- عدم تشجيع مراكز الأبحاث والتدريب على الارتقاء بمستويات التأهيل الفني والمهني للعاملين في مؤسسات الاتصال الجماهيري، ودعمها بكل ما تحتاجه من الامكانيات والمستلزمات الضرورية لتطوير اساليب عملها.

٨- عدم تهيئة المستلزمات الاساسية لإعداد وتأهيل الكوادر الفنية والتقنية، وبخاصة ما يتعلق منها بتوفير المصادرالعلمية الحديثة والمقررات الدراسية والمناهج المحدثة للتعليم والتدريب ووسائل الايضاح والمعدات اللازمه لتطوير كفاءة العاملين في المجالين السمعي والبصري .

ومن ملامح هذه الاشكالية ايضاً عدم توفير المعلومات الضرورية والمصادر الحديثة لخبراء التعليم والتدريب وتزويدهم بالمعدات التقنية التي تساعدهم في تطوير اساليب عملهم ورفع كفائتهم وتحسين مستويات أدائهم ، فضلاً عن عدم دعم مؤسسات التعليم والتدريب بالامكانيات المادية والخبرات العلمية ورصد المكافآةو المحفزات المجزية للخبراء وكوادر الاعداد، لتشجيعهم على الابداع وتحسين الأداء وتطوير مؤسسات التعليم والتدريب .

إن إشكالية الكادر الاتصالي لايمكن النظر اليها بنفس الدرجة لكافة البلدان العربية ،وذلك لأن هذه الاشكالية تتفاوت من بلد لآخر، سواء من حيث القدرة على إستيعاب التقنيات الدقيقة والمتطورة والتعامل معها بنجاح اومن حيث القدرة على تأهيل الملاكات الفنية والتقنية.

هذا ما يتعلق بالاطر لقطرية اما بخصوص التدريب العربي المشترك المتعلق بجامعة الدول العربية والمنظمات والمراكز الاقليمية مثل إتحاد إذاعات الدول العربية والمركز العربي لأبحاث المستمعين والمشاهدين والمركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني، فعلى الرغم من إنها تفتح العديد من دورات التأهيل والتطوير ،إلا انها لاتحظى بالدعم الكافي والتشجيع للارتقاء بمستويات ادائها ليصل الى مستوى الطموح ، وعلى كل حال فأن مجهوداتها لاتخلو من الفائدة

وإن كانت نسبية وفيمايلي إستعراض موجز لبعض النشاطات التي قامت بها هذه المنظمات والاتحادات والمراكز، ومن أهم الموضوعات التي ركزت عليها خلال دوراتها السنوية يمكن إن نذكر الآتي :

أولا- الاشراف وإعداد فنيين متخصصين في الاضاءة .

ثانيا- تم إعداد دورات في السيناريو والاخراج .

ثالثا- هناك دورات في الارشفة والتوثيق واستخدام المعلومات في البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، ويعد هذا النوع من الدورات القاعدة التي يستند عليها العمل الاعلامي المعاصر، خاصة وان دوائر الانتاج الاعلامي الحديثة اضحت تعتمد على تقنيات المعلومات قبل أي شيء آخر .

رابعا- دورات في تشغيل أجهزة التسجيل المرئي والمونتاج .

خامسا- دورات إنتاج برامج هادفة للاطفال العرب .

سادسا- دورات في تشغيل التجهيزات الصوتية والمرئية للاذاعة والتلفزيون.

سابعا - دورات في المعالج الميكروي .

ثامنا - دورات في التصوير التلفزيوني الحديث .

تجدر الاشارة الى إن هذه النشاطات تعد متواضعة لاترقى الى مستوى الطموح إذا ما قورنت بالتطورات الهائلة السريعة والدقيقة التي حصلت في المجالين المرئي والمسموع ، فضلاً عن إن هذه النشاطات لايمكن إن تغطي الحاجات العربيه المتزايده لمساحات شاسعه تمتد من المحيط الاطلسي غربا الى الخليج العربي شرقا إذا مااستثنينا الاعلام الخارجي الذي من المفترض إن يغطي سطح الكرة الارضية، هذا هو واقع الاعلام العربي في ظل العولمة وعصر الفضاءآت.

ولايمثل ذلك إلا جانباً من الازمة التي يعيشها الاعلام العربي، أما الجانب الآخر فيتمثل بإهمال دراسات الجمهور الذي هو غاية وسائل الاعلام

وحوله تدور العمليات الاتصاليه بأكملها، وهذا ما سنسلط الضوء عليه من خلال البحث في دراسات الجمهور .

دراسات جمهور وسائل الاتصال الاقناعي :

سبقت الاشارة الى إن الاعلام العربي المرئي والمسموع يعاني من مشكلات عديدة كانت السبب وراء الازمة التي يعيشها اليوم، خاصة وان هذه الازمة تزداد تعقيداً في كل يوم، ومما يزيد من مخاطرها إنها متعددة الابعاد، يمكن أن نشخص فيها ثلاثة أبعاد رئيسية، سبقت الاشارة الى البعدين الاول والثاني من خلال البحث في البعد التقني والبعد الفني البشري، اللذان يتعلقان بوسائل الاتصال الجماهيري وادارتها وتوجيهها، ويبقى إن نبحث بإيجاز في البعد الثالث، الذي قد يوازي البعدين السابقين من حيث الاهمية الذي يتمثل بجمهور وسائل الاتصال ، الذي تخاطبه وسائل الاعلام بمضامينها الاقناعية التي تهدف الى تحقيق اهداف ومرامي وغايات متعددة الابعاد، سيما وان دراسات الجمهور في المجتمعات المعاصرة أضحت من المتطلبات الاساسيه للقائم بالاتصال ،لحاجته الماسة الى الالمام بخصائص الجماهير التي يخاطبها من خلال البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، وفضلاً عن ذلك فإن من أولى العناصر الواجب توفرها في الكاتب الناجح لوسائل الاتصال الجماهيري، هو المعرفه العلمية التامة بالجماهير والاحاطة بكل ما له صلة بهذه الجماهير، من حيث تباينها في الخصائص العامة والخاصة وميولها واتجاهاتها ورغباتها واحتياجاتها ومكوناتها القيمية والثقافية بشكل عام .

لهذه الاسباب فان نجاح عمليات الاتصال الاقناعي من خلال الاتصال التفاعلي في المجالين السمعي والبصري يتوقف بدرجة كبيرة على طبيعة مثل هذا النوع من الدراسات، من حيث جديتها ومستوى الاهتمام بها ومستوى تطور الاساليب التي تعتمد فيها .

تجدر الاشارة الى إن هناك نوعان من الخصائص لجماهيروسائل الاتصال ، المجموعه الاولى تدور حول الخصائص العامة شبه الثابتة والمجموعة الثانية تتعلق بالخصائص الخاصة التي توصف بكونها متغيرة بحسب الزمان والمكان .

تتلخص الخصائص العامة للجمهور بالاتي :-

١- **الجنس** : يعد الجنس متغيراً اساسياً لجماهير وسائل الاتصال، يعتمد عليه القائم بالاتصال في اعداد مضامين البرامج الاقناعية، كما يُعتمد عليه في اعداد انواع واشكال مختلفة من هذه المضامين وفي اساليب عرضها واوقات بثها، سيما وان هناك اختلافات عديدة وكبيرة بين الرجل والمرأه تؤثر تأثيراً كبيراً على مضامين ماتبثهُ وسائل الاتصال المسموعة والمرئية ،هذه الاختلافات تنبع من الاختلافات البايلوجية والوظيفية بين الرجل والمرأه في العديد من السمات والخصائص، سواء من حيث الاهتمامات الاجتماعية والتربوية والثقافية أو من حيث العواطف والمشاعر الانسانية . وفضلا عن ذلك هناك اختلافات اخرى تتعلق بالمزاج واوقات الفراغ ...الخ

٢- **السن اوالعمر**:- يدخل السن متغيرا اساسياً في دراسات الجمهور لايقل اهمية عن متغير الجنس،كونه مؤشراً اساسياً في تحديد نوع المضمون الذي تبثهُ وسائل الاتصال الجماهيري وشكلهُ،إ ذ تتباين حاجات الناس واهتماماتهم :الثقافية،والاجتماعية والسياسية،والاقتصادية والترفيهية باختلاف مراحلهم العمرية ،فكل مرحلة عمرية لها مستوى للفهم ولها نوع مختلف للاستجابة وللذوق والمزاج والحساسية.

وعلى هذا الاساس صنفت برامج الاذاعة والتلفزيون الى: برامج اطفال وبرامج للشباب برامج للمراه وبرامج للفئات العمرية الاخرى، وقد سعت العديد من البلدان الى انشاء قنوات متخصصة للاطفال مثل محطة سبيس تون وغيرها ، ومحطات أوقنوات للشباب ...الخ ،فضلاً عن هناك قنوات افردت برامج خاصة

للمرأه ولشرائح اجتماعية اخرى ،وتعددت البرامج لتشمل الجماهير بكافة فئاتهم العمرية.

٣- مستوى التحضر أو التوزيع السكاني:- لعل من الامور البديهية ان يعتمدالباحثون والمخططون لوسائل الاعلام المرئية والسمعية التوزيع السكاني لتصنيف السكان حسب مستويات تحضرهم، لما لهذا المتغير من دور في تعّرف القائمين على وسائل الاتصال الجماهيري على طبائع وعادات المستمعين والمشاهدين، ففي كل مجتمع هناك شريحة ريفية وبدوية وأخرى حضرية تمثل سكان المدن،وكل شريحة إجتماعية من هذه الشرائح يمكن تقسيمها الى مستويات مختلفة ومتباينة من حيث :مستويات الثقافة والتعليم، العادات والتقاليد ،الانماط السلوكية والذوقية ،ونوع المشكلات:-الاجتماعية والمهنية والنفسية...الخ وهذا التباين في المستويات المشار ليها ،لابد وان يفرز مشكلات متباينة وحاجات ورغبات مختلفة لابد من اخذها بنظر الاعتبار ومراعاتها من قبل المهتمين بوسائل الاتصال الجماهيري عند مخاطبتهم لهذه الشرائح أوالفئات الاجتماعية.

لأن هذه الاختلافات تنعكس بصورة مباشرة أو غير مباشرة على أذواق الناس واهتماماتهم ونماذج سلوكهم ومستويات فهمهم وتقبلهم لرسائل وسائل الاعلام الجماهيري السمعية والمرئية ، وذلك يفرض على معدوا البرامج الاذاعية والتلفزيونية أن يضعوا في حساباتهم هذه الخصائص عند إعدادهم لمضامين البرامج الاقناعية وتصنيفها وتقديمها للجماهير .

لهذه الاسباب يقوم المنتجون بانتاج برامج ريفية وحضرية وأُخرى لسكان البادية، ونظراً لما يتصف به جمهور وسائل الاتصال من خصائص كثيرة ومتشعبة: وجب على المعنيين بهذه الوسائل إجراء دراسات وابحاث علمية جادة وموضوعية، تهدف الى الوقوف على حقيقة مشاعر الجماهير واحاسيسها وحاجاتها وميولها واذواقها ورغباتها، وتحويل كل ذلك الى برامج تعكس

حاجات الجماهير وتعبر عن رغباتهم وغرائزهم، والسعي لإقناعهم بهذه المضامين وتوجيههم نحو الاهداف المركزية التي تعبر عن سياسات هذه الوسائل، باعتبار الجماهير طرفاً حقيقياً يجب أخذه بنظر الاعتبار وإشراكهُ بعمليات الاتصال الجماهيري، سواءكانت هذه المشاركة فردية أو جماعية من خلال اعطاء الجماهير فرص متساوية للمشاركة المباشرة اوغيرمباشرة، لأن كل فئة اجتماعية لها حاجاتها ومتطلباتها وميولها و رغباتها ومستويات تقبلها للمضامين الاعلامية يتوجب إن تؤخذ بنظر الاعتبار في الاعداد وعند التنفيذ ، فمن الخَطأ التصور إن مستقبلي مضامين وسائل الاعلام كا ئنات سلبية ،تأخذ كل ما يقدم لها وتقتنع به، على وفق نظرية الرصاصة أو الحقنة التي جاءت في نظريات اعلام التنمية . (١١)

في حين اثبتت نظريات اخرى متقدمة عكس ذلك، وبخاصة عندما راجت في الاوساط الاعلامية النظريات الوظيفية ونظريات انتقال المعلومات على مرحلتين ونظريات بناء المعنى وغيرها من النظريات ،التي تبين منها إن الانسان المعاصر عالي النزعة واعي لايصدق بكل ما يبث له من وسائل الاتصال الجماهيري، وانه صعب الاقتناع لأنهُ انتقائي يمكن إن يرفض أي مضمون اتصالي لاينسجم مع قيمه وميوله واتجاهاته ورغباته واحتياجاته ، وإذا لم يتحقق له ما يريد وإذا لم يقتنع فقد يعزف عن الاستماع والمشاهدة ويذهب ليبحث عن وسائل اخرى اكثر إقناعاً ، لهذه الاسبا ب يجب إن لايتوقعَ القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري من المستمعين والمشاهدين إنصياعاً تاماً لما تقدمه لهم هذه الوسائل بحسب ما يريد القائمون عليها. لذا يجب إن تكون على بينة من رغبات الجماهير وماتريده من هذه الوسائل في الكم والنوع وفي الشكل والمضمون، وان ذلك لايتم إلامن التعرف على الخصائص الاجتماعية والنفسية والثقافية والتربوية للجماهير .

لأن وسائل الاتصال الجماهيري لاتقتصر وظائفها على على تزويد المستمعين والمشاهدين بالمعلومات والثقافة والترفية ، فالانسان ليس مجرد وعاء

يمكن إن نصب فيه كل ما تريد فيتقبل منا كل شيء دون فحص وتمحيص وتحليل وتفسير . الانسان المعاصر مدرك يتحسس من كل شيء وبخاصة من وسائل الاعلام، وبإمكانه أن يقبل ما يقتنع به ويرفض ما لايقتنع به ، لأنه ليس صفحة بيضاء يمكن إن نكتب عليها مانشاء إذا أردنا تعديل إتجاهاتهُ وميولهُ وأنماط سلوكهُ ،لأنه كائن حي اقل يفكر ويراقب وينتقد، إنه ابن بيئته ومحيطه الاجتماعي ،الذي يتفاعل معه بشكل يومي فيؤثر فيه ويتأثر به ، وبالنتيجة فانه يبني مواقفه ويتخذ قراراته بناءاً على ما يحيط به ويؤثر فيه .

ويزداد هذا الامر تعقيداً مع انتشار وتنوع البث الاذاعي والتلفزيوني من خلال تعدد القنوات الفضائية وتطور وتنوع المضامين الاقناعية بشكل كبير، بعد ثورة التقنية والمعلومات والعولة ومظاهرها وما تجم عنها من انعكاسات ، وبخاصة اعلام العوله الذي اضحت له هيمنة شبه ا لمطلقة على كافة المجتمعات، بما يحملهُ هذا الإعلام من مضامين مؤثرة جارفة وهدامة مهددة لبنى المجتمعات باختلاف انظمتها، وبخاصة مجتمعاتنا العربية والاسلامية التي اصبحت مستهدفة اكثر من غيرها، لأسباب عدة منها ما يتعلق بالتقاء مصالح القوى الكبرى في هذه المنطقه ومنها ما يتعلق بضعفها وعجزها عن الرد بكافة اشكالهُ وصوره.

ولأن الاتصال الاعلامي اضحى موجهاً يسعى القائمون عليه الى تحقيق غايات تصب في دائرة التأثير في الميول والاتجاهات والمعتقدات والامزجة والاذواق، سواء ببناء هذه الاتجاهات والميول أو تعديلها أو تعزيزها أو تغييرها . لهذه الاسباب اصبحت جماهير وسائل الاتصال موضع اهتمام المعنيين في إدارة هذه الوسائل وتوجيهها ، فإذا لم يكن لمعدي البرامج فكرة واضحة وإدراك عميق بالبيئة الاجتماعية لمجتمع الوسيلة، فإنهم سيفقدون القدرة على التعبير عن احاسيس الجماهير وحاجاتهم،وبالتالي لايكون بإمكانهم الوصول الى هذه الجماهير وكسب ثقتها واحداث التغيرات المطلوبة فيها من خلال عمليات الاقناع والاقتناع بحرية وايجابية.

خاصة وأنَّ هذا الجمهور يتسع يوماً بعد آخر وتتسع حاجاتهُ الروحية والثقافية(١٢)

ومن النواحي الاخرى التي يمكن الاشارة اليها في مجال اهمية دراسات الجمهور : أن عملية الاتصال لاتتحدد بالتأثيرات التي يحدثها القائم بالاتصال وحدهُ، وإنما من خلال التفاعل الايجابي بين المرسل والمستقبل ، فضلاً عن إن الرسائل التي يتم نقلها الى المستقبل، قد تتأثر بتوقعات المرسل ومزاجه وتكوينه وانتماءآتهُ التي قد تشمتل على ردود أفعال الجمهور الذي يفكر فيه ، وان معرفة الجمهور ودراسة خصائصه المختلفة بوعي وشمولية،تسهل على القائم بالاتصال تحقيق اهدافهُ آلتي وضعها في الخطة الاعلامية ، وأن ذلك يساعد في تجنب الهدر في الوقت والجهد والمال.

وبذلك يصبح الجمهورجوهر عملية الاتصال، والمحور الذي تدور حوله العملية الاعلامية من خلال وسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية.(١٣) وفي ما يلي عرض موجز للخصائص الخاصة بجمهور وسائل الاتصال الجماهيري السمعية والمرئية:- (١٤)

أولا- الخصائص الاجتماعية لجمهور وسائل الاتصال.

لكل مجتمع انساني عدداً من الخصائص الاجتماعية تنبثق من بنائه الاجتماعي وطبيعة العلاقات التي تربط أفراده بعضهم مع البعض الاخر ، فضلاً عن تحديد علاقة هذا المجتمع بغيره من المجتمعات، سيما أن لكل مجتمع بنائه الاجتماعي وأنساقه ومؤسساته التي تنظم هذه العلاقات وتقننها وتؤطرها بؤطر قانونية وأخلاقية، ;كما إنها تحدد العلاقات الوظيفية فيما بينهم.

وقد تتأثر العلاقات الاجتماعية والوظيفية في اطار المجتمع الواحد بالعديد من المؤثرات والمعايير القيمية والوطنية والقومية وتتأثر ايضاً بالمنزلات والمواقع الاجتماعية والسياسية والانتماءآت العرقية والعقائدية، وبالتالي فإن

هذه القيم والمعايير هي التي تحدد الطبائع والعادات والاعراف ونماذج السلوك والخصائص القومية التي تميز كل مجتمع عن غيره من المجتمعات .

لهذه الاسباب لاتستطيع الوسائل المسموعة والمرئية التأثير في المجتمعات وإحداث إستجابات إيجابية، ما لم تتم الاحاطة بالخصائص الاجتماعية المعيارية وغير المعيارية ، ومن ذلك نصل الى احكام تُظهر إن قوة العلاقات الاجتماعية في مجتمع متماسك تعتمد طبيعة وقوة المؤثرات التي يتعرض لها افراده، سواء كانت تلك المؤثرات مباشرة أو غيرمباشرة ، لذلك سعت كافة بلدان العالم الى تقوية المؤثرات بكافة اشكالها لتوجيه مجتمعاتها المحلية والتأثير في المجتمعات الأُخرى ، لذلك يمكن اعتبار هذه الوسائل أدوات اجتماعية ، مما دعى المجتمعات المعاصرة الى السعي الحثيث لتقوية أواصر العلاقة بينها وبين اجهزة الاعلام المسموعة و المرئية، عن طريق تنمية وتقنين عادات الاستماع والمشاهدة ،لأن هذه العلاقة تؤثر وتتأثر بطبيعة عمليات التعرض وأشكالها وبطبيعة مضامين برامج الاقناع المسموعة والمرئية . (١٥)
نستخلص مما ذُكران الدخلات الاجتماعية التي تتم من خلال وسائل الاتصال الجماهيري قد تساوي مخرجاتها إذا أُحكم تنظيم وتخطيط عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي .

مما يعزز من أهمية الخصائص الاجتماعية للجمهور ،سيما ان الالمام بهذه الخصائص يمكّن القائمون على وسائل الاعلام من الاسهام في بناء المجتمعات وتدعيم استقرارها وتعزيز تماسكها،و بخاصة إذا ما وجهت مضامين هذه الوسائل لهذه الغايات، وقد يحدث العكس اذا اراد القائمون على هذه الوسائل تهديد البنى الاجتماعية وزعزعت الاستقرار، وفي كلا الحالتين يحتاج الامر من القائمين على الاذاعه والتلفزيون الالمام بالخصائص الاجتماعيه وإتقان توجيه المضامين الاقناعية.

ولكن على الرغم من عظم الاهمية التي حظيت بها هذه الخصائص إلا انها ليست المتغير الوحيد في هذه العملية ، لأن هناك خصائص أخرى لاتقل أهمية عنها منها على سبيل المثال الخصائص الثقافية والتربوية.

ثانيا: الخصائص الثقافية والتربوية لجمهوروسائل الإتصال.

تعد الخصائص التربوية والثقافية إنعكاس للبيئة الاجتماعية وعوامل التنشئة للافرادوالمجتمعات ، ومثلما كانت التنشئة الاجتماعية من المتغيرات المؤثرة في بناء المجتمعات، فإن شخصية الفرد والمجتمع يتأثران بعمليات النقل والانتشار الثقافي، ومن دراسة هذه الخصائص يتبين لنا نوع التربية والتنشئة الثقافيةالتي تم تلقيها من وسائل الإتصال الجماهيري و فيما اذا كانت صالحة أوغير صالحة،وإن مقدار التأثر يعتمد على مقدار تعرف المسئولين على انتاج وتقديم برامج الإقناع في سائل الاتصال الجماهيري على المكونات النفسية و الإجتماعية و الثقافية للمتلقين، وكلما ارتفع مستوى البرامج لتربوية والتعليمية والثقافية كماً ونوعاً كان ذلك عاملاً مهماً في بلورة الاتجاهات الثقافية و الفكرية للمجتمع ،وكلما ارتفعت ثقافة الجمهور واطلع على ثقافة المجتمعات الاخرى كلما ازداد الحراك الاجتماعي بينهم، بما ينتج عنهُ من نمو وتطور النماذج السلوكية المعبرة عن رؤى واهداف القائم بالاتصال، وقد يؤدي ذلك الى انتقال المجتمع الى مرحلة اكثر تقدماً ومعاصرة، بعد إن يتخلص من بعض القيود المعوقة لاتجاهات تقدمهُ.

فإذا كانت المؤثرات الثقافية والتربوية التي تبثها القنوات التلفزيونية والاذاعية موجهة بدقة نحو تعزيز القيم الاصيلة لمجتمع من المجتمعات، فإنها تحصنهُ ثقافياً وتربوياً ضد المؤثرات الضارة الوافدة من مجتمعات اخرى، مختلفة عنهُ في نظمها القيمية وعقائدها الدينية وتراثها التربوي، ومثل هذا المنهج الإقناعي يعزز دور وسائل الاتصال الجماهيري المرئي والمسموع ويسهم في تعزيز ثقافة المتلقي وتحصينهُ من الانحرافات والآثار الضارة لقنوات الاعلام

المـادي، إلا إن ذلك يعتمدعلى حسن توظيف هذه الوسائل وجعلها تصب في دائـرة ثقافـة الفرد والمجتمع ، سيما وان رفع مستويات الثقافة والتعبئة للافراد والمجـتمعات يـصب في عمليات التنمـية والـتطور الـتي تـشهدها المجـتمعات المعاصرة (١٦)

وهـذا مـا يـبرز الـدورالخطير للأعلام المرئي والمسموع الذي تعكسه هذه الاجهـزة في مضامينها المعـبرة عـن وظائـف تـنموية تكـسب الجمهور مهارات سلوكية تعبر عن حالة انسانية متقدمة ، لهذه الاسباب يرى المخططون لبرامج لاذاعـة والتلفزيون إن نجـاح حملاتهـم الاعلاميـة يعـتمد علـى مقدار التأثيرات الايجابيـة الـتي يكون بمقدورهم تحقيقها في النظم التربوية والثقافية ، على أن تكون معبرة عن تراث المجتمع الروحي وتأريخهُ وأصالتهُ .(١٧)

وإذا ما أُريد للاذاعات والقنوات الفضائية التي اضحت تغطي الخارطة الكونـية لـلبث علـى مـدار ا لساعة من إن يؤديان دوراً وظيفيا مهماً في عمليات التغـيير والـتطور التربـوي والـثقافي، فـلا بـد مـن مـراعاة التركيـبة الاجتماعية والثقافـية والخـصائص القيمـية المحـددة للعلاقات الاجتماعية ،وفضلاً عن ذلك فـإن ارتقاع المستويات الثقافية في المجتمع يمكن الجماهير من التعامل بإيجابية مع معطيات الحياة المعاصرة ومواجهـة أعباء الحياة اليومية ، كما إن بإمكان هذه الوسـائل رفـع مـستويات التعليم والتقبل للافكار الجديدة والمستحدثة بما يمكّن المـتلقين مـن تحليل وتفسير مضامين رسائل وسائل الاتصـال وإبداء ردود الافعال حولها، وإن ذلك يساعد القائمين على هذه الوسائل في تعديل مضامين رسائلهم وفقاً لرغبات الجماهير(١٨)

ثالثا:- الخصائص النفسية لجمهور وسائل الاتصال.

تُعـد الخـصائص النفـسية متغيراً آخر من متغيرات دراسة الجمهور، كـونها تلعـب دوراً مؤثـراً في تـشكيل امـزجة الجمهـور ومديات تقبلهُ لمضامين اجهزة الاتصـال الجماهيري السمعية والمرئية، وتأسيساً على ذلك فلابد للقائمين

علـى وسـائل الإقـناع المسموعة والـمرئية مـن الإطلاع بدقة على هذه الخصائص لجماهيرية قبل البدء بأية حملة اعلامية تستهدف الاقناع .

تعـرف الخـصائص النفسـية للجمهـور على إنها :-(مجموعة الخصـائص والـميول والعـادات والاتجاهـات والعواطـف والاحتـياجات والامـزجة والحوافـز وبعض العناصر الفسيولوجية).(١٩)

يتبن من هذا التعريف إنهُ ركز على الخصائص في عموميتها سواء كانت خاصـة اوعامـة إجتماعـية أو نفسـية وأقـرن ذلـك بالمـيول والإتجاهات والغرائز والإحتـياجات والحوافـز لـما لهـذه الخـصائص من دورفي خلق الدافعية والقدرة علـى الانجـاز والابـداع ، من خلال اثارتها للعواطف والدوافع المحركة للذات الانـسـانية ، كمـا تـبرز اهميتها في تحديد نوع وشكل وقوة العلاقة بين الجمهور ووسـائل الاعـلام المرئـي والـمسموع ،لهذه الاسـباب اولى القائمون بالاعلام اهمية كـبيرة للسمات والخصائص النفسية والشخصية للجماهير عند إعدادهم لمضامين البرامج الإقناعية وطرق تقديمها.

لأن الحالة النفسيةالمستقرة للمتلقين تحفزهم على متابعة البرامج وتقبل مـضامينها بـرغبة ذاتـية دون الـشعور بالـضغط والتوجـيه ، وتـسـهم في تحديـد مـستويات تفاعلـهم مـع المـضامين الاقناعـية ، فعلـى الـرغم من تعدد قنوات الاتـصال وتنوع مضامينها وبروز ظاهرة الانتقائية التي تحدد تركيزانتباه المتلقين للمـادة الإعلامـية ، والـتي هي تعبير عن حالة نفسية وعقلية في آن واحد، فإن هذه العملية تتوقف على قدرة وسائل الاعلام المرئي والمسموع على تقديم مضامين مثيرة لمشاعرا لجماهير ومحفزة لعقولهم.

وبالنظـر لـما تتميـز به المجتمعات المعاصرة من سمات تمثلت بالتضخم الـسكاني والتـنوع الطبقي والتباين الثقافي، فإنها تتعرض لضغوط نفسـية هائلة ، تـتطلب من القائمين علىالاتـصال الجماهيري مراعاة بعض العوامل والخصائص المهمـة عـندإعدادهم لمضامين الاقـناع الاذاعـية والتلفزيونية الـتي يخاطـبون الجمهور بها ، وتتمثل بالنقاط الاتية :-(٢٠)

١- ربط مضامين وسائل الاتصال الإقناعي بحاجات الجمهور ورغباتهم واهتماماتهم .

٢- مراعاة عدم تقاطع مضامين وسائل الاتصال الجماهيري مع عادات واعراف وتقاليد وعقائد وطقوس المجتمع الذي تعمل فية هذه الوسائل .

٣- ضرورة مراعاة الحالة النفسية لجماهير وسائل الاتصال، عند إعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية وعند بثها، وبخاصة فيما يتعلق بالتوقيتات والاهتمام بدقة المضمون واشكال البرامج واساليب تقديمها .

٤- يجب التخلص من عوامل التشويش في الوسيلة والمضمون التي تؤثر على التفاهم والتفاعل الايجابي بين المرسل والمستقبل.

وفي ضوء هذه الخصائص وضع بعض المتخصصين في القضايا الاعلامية تصنيفاً، ميزوا فيه بين خمسة مستويات لمضامين الخطاب الاعلامي الذي توجههُ وسائل الاتصال الإقناعي للمجتمعات المعاصرة يمكن إيجازها بالآتي (٢١)

أ- إعلام صانع القرار- غايتهُ الاساسية التعريف بحقيقة الموقف والتغيرات المرتبطة به من خلال تقديم الابعاد الاساسية للموقف والنماذج المماثلة والبدائل الممكنة وعناصر الضعف والقوة لكل منها اثناء عمليات أ لمواجهة.

ب- إعلام قادة الرأي – يخص هذا النوع من الاعلام قادة الرأي ا لذين يمثلون نقاط الالتقاء والتفرق لاتجاهات الرأي العام،إذ يسهم هذا النوع من الاعلام مساعدة قادة الرأي في تحقيق عمليات الاقناع والاقتناع إزاء المواقف والاتجاهات المختلفة.

ج- إعلام النخبة العلمية – تدور مضامين هذا النوع من الاعلام بين المتخصصين في التخصصات العلمية المختلفة، وان كل تخصص يمثل مهنة مستقلة بذاتها ،وثقافة اكاديمية متميزة لها منطقها واصطلاحتها ومفاهيمها وأساليبها التي لايستطيع إن يتطرق اليها الناس العاديون من خارج التخصص.

د- أعلام النخبة المثقفة- ظهر هذا المستوى من الاعلام بسبب الثقافة السياسية التي اضحت موضع اهتمام من قبل المثقفين بشكل خاص وجميع ابناء المجتمع بشكل عام،وقد تطلب ذلك تنويع مستويات مضامين وسائل الاعلام الجماهيري

هـ - الإعلام الجماهيري- هذا المستوى من الخطاب الاعلامي لايفرق بين الشخص العادي والمستويات الأخرى ،لان مضامين هذا الخطاب غلبت عليها الصفه الشعبية باعتبارو يتجه الى جميع أفراد المجتمع بغض النظر عن مستوياتهم العلمية والثقافية والفكرية، إذ تصاغ مضامينه باسلوب واضح وبسيط ولغه يفهمها الجميع .

مراجع الباب الثالث وهوامشه :

١- د. محمد عبدالله ،أساسيات الادارة والتنظيم ، القاهرة: مطبعة دار التأليف،ط٢ ١٩٧٧م ، ص١٤١.

٢- المصدر السابق نفسه ، ص١٤٢.

٣- سعد لبيب ، دراسات في الفنون الاذاعية والتلفزيونية ،بغداد : معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني ،١٩٧٣ م،ص٤٨.

٤- د. محمد مصالحة ،سياسات الاتصال في المنظمات والمشروعات العربية ، باريس اليونسكو ، ١٩٨٤م، ص١-٣.

٥- عبد العزيز الغنام ،مدخل الى علم الصحافة ،القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية ،١٩٨٣ م ،ص ١١٧-١١٨.

٦- سعد لبيب ، إعتبارات أساسية في التخطيط الاعلامي على المدى البعيد في الوطن العربي ، القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ١٩٨٠م، ص١٢٣.

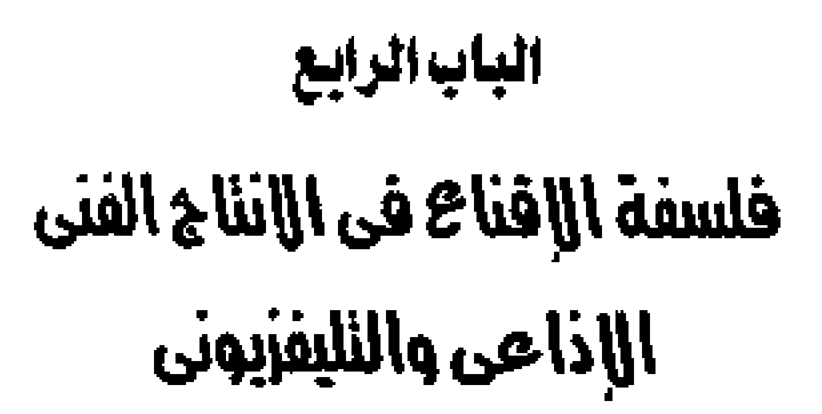
٧- د. مصطفى حميد الطائي ،شكالية التنمية والتطور ودور الاعلام في المجتمع المعاصر ، ،مصدر سابق ، ص٢٢.

٨- ماجد احمد السامرائي ،دراسة اولية عن الاذاعة والتلفزيون في الجمهورية العراقية ،سلسلة دراسات ، سلسلة رقم ٨٨، بغداد ،المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ،أيار ١٩٩٦م ،ص٥٥.

٩- د. سميرمحمد حسين ،الاعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام ،القاهرة ، مطبعة عالم الكتب ، ط١، ١٩٨٤م ،ص٣٧٧.

١٠- د. مصطفى حميد الطائي ،محاضرات في الفنون الاذاعية والتلفزيونية ، القيت على طلبة الاذاعة والتلفزيون بقسم الاعلام جامعة بغداد ، ٢٠٠١-٢٠٠٢م،ص ٣٢.

١١- عوض هاشم، التلفزيون وأثره على التحصيل الدراسي للطفل ، مجلة الاذاعات العربية ،العدد الثاني ،١٩٩٥م ،ص٥٦٨.
١٢- د. يوسف مرزوق، فن الكتابة للتلفزيون ،مصدر سابق ، ص١٢٨-١٣٠.
١٣- عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٤م،ص٢٠٥-٢٠٦.
١٤- جان ستوتزر وآلان جيرار، إستطلاعات الرأي العام ،ترجمة عيسى عصفور، بيروت، منشورات عويدات ،ط٢، ١٩٨٢م،ص١٦٥-١٦٨.
١٥- إتحاد إذاعات الدول العربية، خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للتلفزيون، بغداد، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، ١٩٩٠م،ص٣-٤.
١٦- د. مصطفى حميد الطائي ،إشكالية التنمية والتطور ودور الاعلام في المجتمع المعاصر ،مصدر سابق ،ص١٩-٢٠.
١٧- المصدر السابق نفسه ، ص٢١.
١٨- د. سمير جاد، البرامج التلفزيونية والاعلام الثقافي ،القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٨م،ص٧٢.
١٩- د. عواطف عبد الرحمن ،ثقافة المجتمع وعلاقتها بمضمون كتب الاطفال، القاهرة، دار الكتب الجديد، ١٩٨٤م، ص١٠-١٢.
٢٠- السيد عليوه ،إستراتيجية الاعلام العربي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٨م، ص٣٦-٣٧.
٢١- د. حامد ربيع عبدالله: نظرية التنمية في الوطن العربي، بغداد، معهد البحوث والدراسات العربية ،١٩٨٦م، ص١١٢.



الباب الرابع

فلسفة الإقناع فى الإنتاج الفنى الإذاعى والتليفزيونى

الفصل الأول

أهمية إنتاج المضامين الإقناعية للإذاعة والتليفزيون

يعد الاقناع من الفنون القديمة التي رافقت الانسان الأول منذ أن عاش حياة إجتماعية مع غيره على سطح الحياة الواقعية ، بإعتباره الوسيلة التي جبل عليها الانسان للاتصال بغيره و تحقيق التفاهم معهُ ، واتبع الانسان مختلف الحيل والفنون والاساليب لإقناع الآخربما يريده أ و ينوي تحقيقه .

نستنتج من ذلك إن الاقناع هوفن التأثيرعلى الفكر والعقل والعاطفة لدفع الافراد والجماعات الى الاقتناع بوجهة نظر اوفكرة أو مبدأ اوسلعة أو نموذج سلوك معين او أي شيء ذو قيمة إقناعية ما كان ليقتنع بها الفرد اوالجماعة من دون رموز إتصالية مؤثرة .

وقد كثرت الكتابات المتعلقة بفلسفة الاقناع وفنونه إنطلاقاً من أهميتهُ في تعزيز السلوك الانساني أو تعديلهُ اوتغييرهُ، ويؤكد فيستنجرأحد المتخصصين بفن الاقناع اهمية هذا الفن بالتركيز على دوره في إحداث التغيير في المعتقدات والآراء للافراد أو مواقفهم بأعتبارها معياراً كافياً للدلالة على نجاح عملية الاقناع .(١)

فالاقناع عمليات داخلية تؤثر على السلوك من خلال التأثير في مجموعة من المفاهيم والدوافع الانسانية المحفزة للسلوك الإنساني ،عن طريق مجموعتان من الدوافع- الاولى يمكن إعتبارها فطرية أو موروثة يشترك فيها جميع الافراد بغض النظر عن خصائصهم الفردية ومستوياتهم العلمية والثقافية، وطبيعة تكوينهم الذاتي ،أما المجموعة الثانية من الدوافع الداخلية فتتأتى من خصائص مكتسبة تميز الافراد بعضهم عن البعض الآخر ، وان تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري تعتمد على مقدار الآثار التي تؤثر بها على هذه الخصائص والدوافع لتحريك السلوك الانساني بالاتجاه الذي تهدف اليه العملية الإقناعية ، وإذا ما حصل تباين في الاستجابة بين الافراد فبسبب اختلاف الخصائص والبواعث الفردية المكتسبة فيما بينهم .

ولو عدنا الى الخصائص المكتسبة لوجدنا انها مركبة من مجموعتين– الاولى ايجابية تعززأو تعدل الخصائص و الغرائز والدوافع الفطرية وتتوافق معها لتشكيل ثبات إدراكي وسلوك مستقر، يمكن أن يخدم الوظائف والعمليات البنائية في المجتمع ،اما المجموعة الثانية فإنها تسبب إختلاف إدراكي يحرك السلوك السلبي غير المستقر باتجاهات غير مرغوب فيها تؤثر سلباً على البنى الاجتماعية .

وقد أستغلت وسائل الاتصال الجماهيري هذه الخاصية لتحقيق نوعان من الاتصال– الاول أيجابي يخدم المجتمعات المحلية والصديقة من خلال توجيه مضامين وسائل الاتصال المسموعة والمرئية لتعزيز وتعديل بواعث السلوك الايجابي من اجل التعبئة والتوعيه والتثقيف والتنمية والترفيه ، أما النوع الثاني من مضامين الاتصال الاقناعي– فيوجه نحو مجتمع الخصم لتحقيق اهداف عدائية ، من خلال التركيز على عناصر الاختلاف الادراكي التي تضخم العقد الشخصية وتثير الحساسيات الاجتماعية والقلق والمخاوف والشكوك، مما يؤدي الى زعزعة القناعات واضطراب السلوك وفقدان الثقة بالذات الفردية والجماعية من خلال حملات الحرب النفسية التي تشن ضد مجتمعات معادية.

نستخلص من ذلك إن عمليات الاقناع والإقتناع تشكل جوهر عمليات الاتصال الجماهيري بل إنها المحورالمركزي الذي تدور حولهُ عمليات الاتصال بمجملها، سيما وان تطوروسائل الاتصال الجمعي كان قد عززلاقناع وزاد من اهميته، خاصة بعد تطور اعلام الصورة وهيمنتهُ علي توجهات الراي العام ، فاعلام الصورة رفع اهمية فنون الاقناع ووضعها على رأس أولويات المؤسسات الاعلامية بما لها من وقع نفسي واثر اقناعي على الشاهدين، فالانسان جبل على تصديق ما يراهُ بعينهِ من احداث الحياة الواقعية ، والتلفزيون خير من يجسم هذه الصور الواقعية بالحجم واللون والحركة ، لذلك اصبح موضع اهتمام

عالمي ، فوظفت مضامينهُ لتقيق اهداف اقناعية مختلفة، من قبل جميع القنوات الفضائية المحلية والدولية ، وأصبح فن الاقناع ميداناً خصباً للدارسين والباحثين والمهتمين، إذ جاءت أبحاث كاتزالتي إستخدام فيها فكرة الاقناع لتدعيم مضامين وسائل الاعلام الجماهيري المسموعة والمرئية ،وتمكّن من توظيف فنون الاقناع بمهارة في مجموعات أبحاث بعض علماء الاتصال الجماهيري مثل لازار سفيلد وستانتون وغيرهم ،خلال حقبة الاربعينات من القرن الماضي .

ويشير البروفسور دينيس في كتابهِ (مجتمع وسائل الاعلام) الى بعض الحقائق التي تؤكد أهمية فن الاقناع في البرامج الاذاعية والتلفزيونية بقوله :إن البحث في كيفية إرضاء المشاهدين والمستمعين يمكن استخدامه لتغيير سياسات الاعلام التي لاتساعد على الاقناع ،لأنها لاتشبع حاجات ورغبات وتوقعات الجمهور، ويضيف قائلاً :ان البحث في هذا المجال يعتبر غيرمتكامل لأنهُ لايقبل وجهات نظر نقاد وسائل الاعلام الجماهيري الأكثر إنسانية وشعبية (٢)

فالاذاعة والتلفزيون يستهدفان جمهوراً واسعاً غير متجانس من حيث خصائصه العامة والخاصة ويخضع للعديد من ا لمؤثرات المشتتة للانتباه ، لذلك فان مسألة إقناعهُ وشد انتباههُ والتأثير فيه تحتاج الى دراسات وأبحاث معمقة للوقوف على رغباتهُ وميولهُ واتجاهاتهُ ودرجة تماسكهُ وذلك لأن التماسك الإجتماعي والتشابه الثقافي يضاعفان من تأثيرات وسائل الاعلام: لأنهما يفسحان المجال أمام التأثيرات المباشرة والغير مباشرة التي يقوم بها قادة الراي بمرحلة ثانية من التأثير، وذلك هو المدخل الصحيح لفن التعامل مع جماهير سائل الاتصال من اجل ترسيخ قناعات ثابتة في أذهان هذه الجماهير، بمضامين هذه الوسائل أو خلق قناعات جديدة.

هذه المبررات دعت المسئولين في العديد من المجتمعات المعاصرة الى تركيز مجهوداتها الاعلامية لترسيخ الاستقرار الثقافي والتماسك الاجتماعي ،فكان ذلك منطلقاً لتطوير نظريات التماسك الاجتماعي منذ خمسينات القرن الماضي بفضل جهود العديد من الباحثين التي أثمرت عن نتائج واقعية مفادها : إن الجماهير تريد أن تكون إعتقاداتها وأحكامها على الأشياء متماسكة ومقنعة ،و ظهرت نظريات أخرى تركز على العلاقة بين نظريات التماسك الاجتماعي وتأثيرات وسائل الاعلام الجماهيري،كان من بينها نظرية البروفسورليون فستنجر الخاصة بالاختلاف الإدراكي، التي تعد من النظريات الشهيرة في هذا المجال إذ تشير الى– إننا إذا أردنا أن نخفف من الاختلاف أو التنافر الذي يسببهُ التفكك وعدم التماسك في المعتقد والحكم والفعل يجب أن نعرض الناس لمعلومات متماسكة تتوافق مع أفكارهم وأفعالهم ،وأن ندعوا الناس الى أن يصرفوا النظر عن وسائل الاعلام المضللة والمشتتة لأفكارهم .

ويضيف البروفسور ما كسويل ماككومزولي ب بيكرمؤكداً هذا المنحى (ان جزءاً من مفتاح خبرة كل إنسان يؤثر على إدراكه أوإدراكها ، وهو مجموعة السلوكيات والآراء التي إكتسبها ،فأنواع السترويتايب توسع الحدود بين المعرفة والصور الذهنية للعالم المحيط بنا ،وكذلك السلوكيات المؤثره وشعورنا وتقديرنا للأشخاص والمواقف في العالم حولنا) (٣)

يتضح إن العديد من الافكار التي عالجتها نظريات تأثير وسائل الاعلام تشير الى : إن المدخلات المؤثرة في عقولنا ومشاعرنا هي نتاج سلوكنا ،مما دفع العديد من المهتمين بهذا الموضوع الى التوجه الى دراسة لمجتمعات والوقوف على طبيعة ودرجات تماسكها، واعتُبِرَذلك من المستلزمات الأساسية للانتاج الاذاعي والتلفزيوني ،إذا ما أُريد إنتاج برامج ذات مضامين مؤثرة في المشاهدين والمستمعين موسعة لمدركاتهم وخيالهم ،إلا أن هذه العملية تحتاج مزيداً من

الدقة والحذر عند التعامل مع الجمهور على هذا النحو ،سواء من حيث إنتقاء الكلمات المعبرة عن تطلعات الجماهير، أوبطرق التفنن بصياغة العبارات المؤثرة عاطفياً أو بكيفيات لفظها بشكل سليم وجميل يقوي من وقعها النفسي ويزيد من تأثيراتها ،مما زاد من أهمية فن صياغة النصوص الاقناعية في البرامج الإعلامية.

فن صياغة النص الإقناعي في البرامج المسموعة والمرئية:

إن فن صياغة نصوص الإقناع في البرامج الاذاعية والتلفزيونية مثل بقية فنون الاعلام، يتطلب العديد من المستلزمات بعضها يعتمد على الموهبة والخبرة وبعضها الاخر يعتمد على الدراسة الاكاديمية والتدريب والتأهيل،فالحس الفني والذوق والاستشعار والحساسية الثقافية وسرعة البديهية أمور تتعلق بالموهبة وطبيعة التنشئة الاجتماعية ،أما الصياغات الفنية وقواعد الكتابة والسلامة اللغوية أمور تعتمد على الدراسة والاعداد الاكاديمي بالدرجة الاولى ، وعندما تجتمع الموهبة الشخصية والتكوين العلمي والخبرة المهنية وتصقل بالممارسات التطبيقية في الميدان، فإنها ستمثل بلا شك الاسلوب الامثل للوصول الى العمل الفني الاقناعي عالي الجودة والتميزفي إنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية ناجحة .

تجدر الاشارة الى إن صياغة النصوص الاعلامية لايمكن إعتبارها عملية عشوائية تتم بإسلوب تلقائي من خيال الكاتب أو المحرر الاعلامي ، كما لايمكن إعتبارها تأملات أدبية كونها عمليات علمية وفنية ومهنية تعتمد على التخطيط الدقيق والخبرة والمهارة، تهدف الى صياغة نصوص فنية اقناعية متقنة تعبر عن حاجات ورغبات حقيقية لجمهور ينتظر من يحاكيه ويقدم لهُ ما يحتاج ،على إن تكون جميع النصوص موجهة نحو أهداف الخطة الاعلامية المراد تنفيذها .

فعندما نكتب لوسائل الاعلام المسموعة والمرئية علينا إن نراعي إهتمامات الجمهور ورغباته وان نختار الموضوع الهادف الذي يعبر عن تلك الاحتياجات، وأن ذلك لن يتأتى إلا من المعرفة الحقيقية بالجمهور الذي نكتب لهُ لا أن نكتب عنهُ، ونعبرعما يريد من دون أن ننوب عنهُ فيما يريد ويرغب وان نترجم عواطفهُ واحاسيسهُ لاعواطفنا وأحاسيسنا في صياغة أي خطاب إقناعي يبث الى الجمهور، وإن ذلك يتطلب إن نجمع معلومات واقعية عن المتلقي تخص قيمهُ ومعتقداتهُ وثقافتهُ وتجاربهُ وحضارتهُ وقوانينه ونظامهُ السياسي لنقوم بتحليلها بشكل دقيق ونصوغ نتائجها بنصوص فنية معبرة واسلوب فني رفيع ،عن طريق صبهُ بقوالب فنية تتدرج في الاهمية بحسب توقيتاتهُ الزمنية كي يجسد اهداف الخطة الاعلامية،لأن الخطاب الاعلامي الذي يبث من خلال هاتين الوسيلتين ينبغي إن يكون موجز ودقيق يعبرعنهُ ببلاغة عن طبيعة الحدث أو الموضوع الذي يتناولهُ(٤)

وذلك لأن الكتابة لاي مجتمع جماهيري لابدان تعكس اهداف جماهيرية تتعلق بثقافة المجتمع طبيعة تكوينهُ، من خلال اهداف شاملة معبرةعن مضامين ايجابية ،وهذاما سعت له العديد من المؤسسات المسموعة والمرئية من أجل تحقيق الاهداف الاتية :-

١- تلبية الاحتياجات الاعلامية والثقافية والترفيهية للمجتمع.

٢- التعرض الى المشكلات المختلفة في المجتمع ، من خلال تناولها بالعرض والتحليل والنقد باساليب وقوالب متنوعة، وإثارة النقاش حولها ومحاولة وضع الحلول والمعالجات الملائمة لها .

٣- التعبير عن المواقف والاراء والميول والاتجاهات المختلفة السائدة في المجتمع.

٤- التحفيز علـى الابداع وتشجيع المبادرات الفردية والجماعية في المجتمع، وبخاصة تلك التي تتعلق بالتعليم والثقافة والاقتصاد والمعرفة.

٥- التركيز على التسلية والترفية لتحقيق الاسترخاء واشباع الحاجات الانسانية للمجتمع الذي تعمل فيه الوسيلة الاعلامية.

٦- الاسهام في تنفيذ برامج التنمية والتطور من خلال توجيه عمليات التغيير المنظم التي تحصل في المجتمعات بصورة إرادية تعتمد على الاقناع والاقتناع.

٧- الاسهام في تنشيط وترسيخ الممارسات السياسية عن طريق التعبير عن الممارسات الديمقراطية والتعبوية التي تحصل في المجتمعات.

٨- تنشيط الاقتصاد من خلال الدعاية الاقتصادية والحملات الاعلانية التسويقية.

٩- القيام بحملات دعائية لتحقيق اهداف سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية.

وفي ضوء ذلك يتم وضع الانتاج البرامجي وفق الاطار الفني للسياسة الاعلامية المطبقة في مجتمع معين خلال مدة زمنية محددة ، وهذه المسألة تفرض خضوع كافة مراحل الانتاج الاذاعي والتلفزيوني الى تخطيط دقيق وشامل، بما يعنيه المخطط البرامجي من توقع المرسل لاحتياجات المستقبل وتحديد إتجاهاته المستقبلية وتحسبه للتصرفات وردود الافعال الاكثر احتمالاً ، بقصد تحقيق أهداف الخطط الاعلامية وما ترمي اليه من مقاصد ، بأستخدام الرموز والاشارات والصور الفنية والاشكال التعبيرية ، إستخداماً فنياً بارعاً من خلال صياغات فنية إقناعية لها القدرة في التأثير على الجماهير ، ودفعها الى استجابات تجسد سلوكاً معيناً يخدم اهداف السياسة الاعلامية من دون الحاجة الى استخدام العنف والسلوك المادي.

وبما إن فنون الاقناع في البرامج الاذاعية والتلفزيونية من الفنون الحديثة، التي ما زالت في طور التجريب والتكوين لإرساء قواعد عمل صحيحة، وصيغ فنية متقدمة لها القدرة على الاقناع وترسيخ قيم وتقاليد مهنية، تمكن المسؤولين عن السياسات الاعلامية من التأثير على المتلقين وتشكيل سلوكهم والتأثير في قيمهم وتقاليدهم وعلاقاتهم الاجتماعية والثقافية.

لهذه الاسباب اضحت السياسات الاعلامية تقتضي وجود اعلام مخطط، يقوم على الدهاء العلمي والمعرفة الدقيقة بخيوط اللعبة السياسية المشكلة للراي العام وتغيير اتجاهاته لإنجاح العملية السياسية ، لذلك فان الاعلام الضعيف يسيء الى السياسة الناجحة ويؤثر سلباً في صورتها لدى اوساط الراي العام ، في حين يضفي الاعلام الناجح على السياسة الضعيفة بريقاً يجمل صورتها بين اوساط الراي العام ، لهذه الاسباب نجد العديد من الحكومات تبذل مجهودات كبيرة واموال طائلة لتطوير وسائل اعلامها، من خلال مدها بالكفاءآت التي تمتلك المهارات العالية والدعم المتواصل ليكون قادراً على الاقناع بشكل متواصل .

وانعكس ذلك على تطور صناعة الانتاج البرامجي لتصبح صناعه عالميه متقدمه، لها تقنياتها وفنونها واساليبها التي تميزها عن الفنون الاخرى ، خاصة وانها أضحت تشكل رافداً مهماً من روافد الاقتصاد العالمي، وتدر دخلاً يدعم الاقتصاد القومي للعديد من دول العالم وبخاصة الصناعية منها .

ان تعدد قنوات البث المسموع والمرئي وسعة انتشارها وتعاظم دورها السياسي والاقتصادي والاجتماعي ،أدى الى الاهتمام بمؤسسات الانتاج وتضخيم دورها و توظيفها في القضايا المختلفة التي تمس حياة المجتمعات المعاصرة بمضارها ومنافعها ،وقد اثبتت الوقائع الملموسة في المجتمع الدولي

المعاصر،ان إ ستخدام المضامين الاعلامية بمهارة في الخطط الدعائية و النفسية يمكن إن يكون سلاحاً سياسياً ونفسياً واقتصادياً خطيراً.

لهذه الاسباب اصبحت الهيمنة الاعلامية والانحيازفي التغطية من قبل المجتمعات الغربية اشد خطراً وتأثيراً على البلدان النامية من الحروب العسكرية ، مما دعا العديد من بلدان العالم الى اعطاء الاهمية القصوى للأعلام باختلاف مؤسساتهُ وبخاصة الاكاديمية منها ، لذلك سعت هذه المؤسسات الى جعل النصوص الاعلامية وصياغاتها وقوالبها المختلفه تدرس في كتب التحرير الحديثة في كليات ومعاهد الاعلام، وتحظى بنفس الاهمية التي تحضى بها موضوعات الدعاية والحرب النفسية، بل إن المفردات اللغوية والدلالية اضحت فرعاً من فروع الاعلام ومادة خطيرة في اعداد النصوص الدعائية والنفسية ،وصار من المألوف و الشائع دراسة أنظمة المعاني وعلم الدلالة، مما ادى الى تطور المفردات اللغوية وتنوع استخداماتها في المضامين الاجتماعية والسياسية والثقافية والنفسية لما لها من دورفي صياغة النصوص البرامجية المؤثرة(٥)

الخصائص التقنية وانتاج المضامين الاقناعية المسموعة والمرئية :

من أجل أن تكون مضامين اجهزة الاعلام واقعية ومؤثرة، تغطي المساحات التي خطط لإشغالها و تحقيق الاهداف التي و ضعت من اجلها ، كان لابد للمنتجين من مراعاة الخصائص ا لتقنية والفنية، والاعتبارات المتعلقة قدرات كل من الاذاعة والتلفزيون على إيصال مضامين تؤثرفي المتلقين وفق خطة يتم التوفيق فيها بين اهداف القائمين على الوسائل الاعلامية ورغبات الجمهوراحتياجاتهُ ، ولايمكن للقائمين على الاعلام المرئي والمسموع تحقيق ذلك دون مراعاة الخصائص والاعتبارات الاتية :-

١- لابد لمنتجي برامج الاذاعة والتلفزيون، من مراعاة كيفية توظيف الموضوعات المضمنة في الخطة البرامجية، التي تمس إهتمامات الجمهور في الوسائل

الاعلامية الملائمة لها ،إذليس من الصواب التوقع أن يكون بمقدور وسيلة اعلام معينة تناول جميع الموضوعات بنفس المستوى من الأداء وتحق نفس المستوى من الاستمالة وقوة التأثير .

لذلك فلابد من الاخذ بالاعتقاد القائم على الخبرة والتجربة الذي مفادهُ عن الموضوع الذي يمكن نقلهُ بواسطة الإذاعة بنجاح قد لايحقق نفس الدرجة من النجاح اذا ما تم تقديمه من خلال التلفزيون ،لأن لكل وسيلة حدوداً لإمكاناتها التي تمكّنها من تقديم موضوعات معينةٍ دون غيرها ، وللحصول على اكبر قدر من النجاح وقوة التأثير يجب توظيف المضامين البرامجية في الوسائل الاعلامية وفقاً للخصائص التقنية.

٢- عند المقارنة بين إمكانات كل من الاذاعة والتلفزيون من حيث الجاذبية وشدة الاثر، فلابد من الاعتقاد بأن التلفزيون اكبر إمكانية من الاذاعة الصوتية،لما يتميز به التلفزيون من خصائص فنية وتقنية تفوق الاذاعة،وان بإمكان التلفزيون تقديم برامج تكاد تتطابق مع احداث الحياة الواقعية وقد يتفوق على الواقعية بإمكانية اعادة الحدث على مسرحهُ لأكثر من مرة، كما إن بإمكانهُ فبركة الحدث ومسرحة الحدث بحسب الهدف المراد من البرنامج،ويترسخ إعتقادنا بإمكانات التلفزيون ومستوى ادائهُ اذاما علمنا إن حوالي ٩٠٪ مما نحصل عليه من اخبار ومعلومات ومعارف ومهارات وخبرات ...الخ يصلنا عن طريق حاسة البصر .

يضاف الى ذلك إن التلفزيون ينقل موضوعاته في إطار واقعي ثابت ، وإطار دلالي متعدد الرموز والمعاني والاشارات الايحائيه تتداخل فيه صور الاحداث والمؤثرات الصوتية والمعالجات الصورية، مما يدعم ويعززمن دورهُ الخطير في المجتمعات الحديثة .(٦)

٣- على الرغم من اعتماد كل من الاذاعة والتلفزيون على السرعة وفورية في نقل الأخبار من مواقع الاحداث، فان الوسيلتان تتنافسان من اجل تجسيد الواقعية والآنية من خلال النقل الحي المباشر، الا انهما يختلفان من حيث الخصائص المجسدة لقوة التاثير وشدة الجاذبية، فلكل منهما وسائله واساليبه الخاصة به، التي تميزه عن غيره من الوسائل وتبرز امكاناتهُ، مثل اجهزة التسجيل والتوليف و الاشكال والرسوم والمؤثرات التي تتكامل مع بعضها لتعكس صورة الوسيلة وتحدد شكلها وانواع وظائفها، و على المنتجين ان يراعوا هذه الاعتبارات لتقديم فنون اقناعية متميزة .

٤- هناك خصائص تميز التلفزيون عن المذياع في النواحي الوظيفية، تجعلهُ ينقل الاحداث والوقائع والتجارب ونماذج السلوك والممارسات الانسانية، مثلما هي على ارض الواقع بالصوت والصورة واللون والحركة، خاصة وان استقبال الصور التلفزيونية يتم بانماط متشعبة تشمل جميع اجزاء الصورة وتبرز جميع وجوهها في آن واحد على العكس مما يحدث في الإذاعة، فإنهُ يعتمد على اللغة المنطوقة والموثرات الصوتية والاتصال بنمط واحد متسلسل دون تشعب ، فالصورة التلفزيونية توضح عدة اشياء في آن واحد بواقعية تامة ، بينما الاذاعة المسموعة تستخدم اللغة المنطوقة لتحقيق شيء واحداً، وهاذا الشيء قد لايحظى بالمصداقية التي يحظى بها الشيء نفسه في التلفزيون، لان كثير من الاصوات يمكن تقليدها ببساطة، الا إن للاذاعة ميزة أخرى تنفرد بها تتمثل بخاصية تنمية الخيال والتأمل لدى المستمع، مما يجعلها وسيلة ناجحة في نقل العديد من البرامج وبخاصة الادبية .

٥- اما من ناحية التكلفة وسرعة الانتشار، فالإذاعة اقل تكلفة واكثر انتشاراً لأنها تصل الى أعماق المناطق النائية ، ومع ذلك فان التلفزيون نازعها هذا الدور من خلال إستخدامه البث الفضائي عبر الاقمار الصناعية، لتحقيق تغطية اكثر شمولية واكثر دقة ووضوح .

الاعتبارات الأساسية لإنتاج برامج إقناعية مؤثرة :

سبقت الاشارة الى اهمية كل من الجمهور والوسيلة في انتاج البرامج الاقناعية الاذاعية والتلفزيونية ،إلا إن هناك اعتبارات أكثر أهمية تتعلق بالمضمون الاقناعي الذي يجب إن تكيف خصائصهُ مع متطلبات الوسيلة وخصائصها ،لإنتاج مضامين إقناعية اكثر ملائمة للوسيلة الناقلة للمضمون ، سيما وان تكامل المضمون مع الخصائص الفنية للوسيلة يتيح إمكانية انتاج برامج ناجحة تتسم بشدة ا لتأثير، وذلك يتطلب مراعاة الاعتبارات الاتية (٧)

١- يجب ان يكون لكل مضمون اهداف محددة،سيما وان المضمون الهادف له آثار إيجابية وقدرات فنية كبيرة، في التعبير عما يدور اذهان الجماهير،فضلاً عن انه اصدق تعبير عن احاسيسهم ومشاعرهم،مايجعله اكثر إقناعاً وأكثر جماهيرية ، وفي البلدان النامية تمس الحاجة الى هذا النوع من الاعلام لأنهُ يساعد في التعجيل بعمليات التنمية ،كما إن هذه الخاصية مرغوب فيها في العديد من المجتمعات بمن فيها المجتمعات الصناعية المتقدمة ،وعلى الرغم من إن طبيعة الاهداف تختلف من مجتمع لآخر،إلا إن هذه الاهداف يعبر عنها بمعالجات فنية معبّرة ورموز إقناعية تجسد جوهر تلك الاهداف .

٢- من الشروط الاساسية الواجب مراعاتها في انتاج اية مضامين إقناعية ،هو اجراء مقاربة، تتناسب فيها الرموز الدلالية الاقناعية المعبر عنها بمضامين برامجية ، مع التطورات التقنية التي طرأت على وسائل الاتصال المسموعة

والمرئية ،خاصة وان هذه الوسائل شهدت تطورات كبيرة خلال مدة زمنية قصيرة جداً .

وهذه التطورات التقنية المتسارعة دفعت الاعلاميين الى الارتقاء بالمضامين الاقناعية، لكي تقترب من مستوى التطورات التقنية من ناحية، ولتستجيب لإحتياجات الجمهور المتنامية بصورة أكثر شمولية وواقعية من ناحية اخرى ، و إذا تمكنت من ذلك فانها يمكن أن تحقق أفضل أداء.

٣- هناك اعتبار آخر يمكن مراعاتهُ، من خلال ايجاد موازنة موضوعية بين مواصفات البرامج الاذاعية والتلفزيونية وحاجات جمهور وسائل الاتصال ، آخذين بنظر الاعتبار الظروف البيئية المحيطة بالجمهور ،وإمكانات الوسائل الاعلامية من حيث القدرة التقنية والملاكات الفنية والتمويل المادي

٤- من الاعتبارات الاخرى الواجب مراعاتها، هو اعتماد البحث العلمي المنهجي على الخبرة والتجربة، لإدارة تقنيات الاتصال وانتاج البرامج وفقاً للأسس العلمية، عن طريق البحث في الظروف النفسية والاجتماعية و طبيعة الضغوط النفسية المسلطة على الجمهور ، واعتماد مقاييس علمية دقيقة لقياس دقة الأداء ومستويات التأثير ، من أجل اعداد مضامين إقناعية مناسبة، وتعديل وتكييف المضامين الاخرى مع إمكانات الوسائل الناقلة لها، لتنفيذ أهداف الخطط الاعلامية بيسر وبساطة. وينبغي التذكير هنا بضرورة عدم استعجال النتائج حول آثار وسائل الاتصال الجماهيري،لأن الآثار المحتملة للمضامين التي تبثها وسائل الاعلام المسموعة والمرئية قد تستغرق فترات زمنية طويلة ،وبخاصة ما يتعلق منها ببناء الاتجاهات السلوكية وتشكيل وتعديل أو تغيير العلاقات الاجتماعية المتعلقة بالتنمية وإنتقال المجتمعات من حياتها التقليدية الى الحداثة

والمعاصرة ، سيمان جميع هذه المتغيرات لاتتم إلا من خلال عمليات الاقناع والاقتناع التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية

٥- بعد دراسات الجمهوروالتركيز على التكامل بين الوسيلة والمضمون ، يجب مراعاة، إن يكون المضمون متدرجاً يعبر عن مستويات الجمهور المتباينة،كي يفهم كلاً حسب مستوى فهمهُ ودرجة نضجهُ وتعليمهُ وثقافتهُ .

كما يجب إن تعد مضامين وسائل الاتصال بأساليب تتصل إتصالاً وثيقاً بطرق تنفيذها، وعندما تعجزاحدى الوسائل عن تبليغ مضمون معين بشكل متكامل، يمكن استخدام اكثر من وسيلة في اطار حملة اعلامية تكاملية تتفاعل فيها كافة الامكانات بشكل تكاملي لتجاوز القصور في الأداء والوصول الى أسع نطاق من الجمهور وإحداث الأثر المطلوب .

٦- إن تناول الموضوعات الجادة المتعلقة بفن الترويج، من اجل تحقيق قناعات بأفكار او سلع أو مفاهيم أ وقيم معينة، أو الترويج لخلق إتجاهات جديدة، من خلال شن حملات إقناع منظمة تهدف الى التغيير المنظم لبنى المجتمعات التقليدية، عن طريق بث افكار وقيم ايجابية جديدة في إطار خطط التنمية والتغيير ، شرط أن لايكون هذا التغيير مفاجئاً و مباشراً وسريعاً ،وانما يمكن إن يتم في إطار خطة مرحلية شاملة، تتناول مختلف الجوانب الحياتية باساليب متدرجة وصياغات فنية شديدة الاقناع ، تشتمل على التشويق والجاذبية والتوجيه المتدرج والتأثير غير المباشر، من خلال تناول قضايا وموضوعات منوعة لاتثير الملل،وتنسجم مع الأهداف والمقاصد المتوخاة من الخطة وتتسم بالدقة والموضوعية. (٨)

الفصـل الثانى

تطور فن الاتصال الاقناعى فى الإذاعة والتليفزيون

قبل عصر الاتصال الجماهيري، كان علم البيان أو الفصاحة يستخدم للاشارة الى فن إستخدام اللغة للتأثير على احكام الآخرين وسلوكهم، وعبر الزمن تم إستغلال الصوت البشري وتوظيفه في اللغة باعتبارها الوسيلة الاساسية الوحيدة للاتصال والتي يمكن استخدامها بمهارة في فن الاقناع، وذلك لاقناع الناس في موضوعات كثيرة على درجة من الاهمية، وبخاصة ما يتعلق منها بموضوع اقناع الناس بتغيير المعتقدات والاعمال وبعض نماذج السلوك، فقد اظهرت الدراسات الاتصالية إن اللغة تعبر عن رموز دلالية لها قدرة فائقة على الاقناع، وإن انظمة الدلالة بجميع انواعها تشترك في خصائص معينة أشار اليها معجم المفاهيم لاعلامية الاساسية من خلال تاكيدهً على : إن المعنى ليس نتيجة للخصائص الكامنة في العلاقات الفردية بين الكلمات، وإنما علاقات نظامية بين مختلف العناصر، وإن اللغة ليست شيئا تجريبياً وإنما قدرة اجتماعية، ويجب النظر الى ألافراد على انهم ليسوا مصدر اللغة وإنما هم نتاجها، لأن اللغة تفصح عن نفسها بين الافراد، ويرى عراب اللغة((دي سوسير)) إن اللغة خزيناً من الرموز تنطوي على صور صوتية، ومفهوم المدلول.(٩)

أما في علم الاتصال فإن الرموز كلمات صغيرة تنطوي على تفسيرات متعددة، فحين يستخدم الكاتب المفردات بقصد معين، فإنه يضعها في سياق جديد ذو معنى يتطابق مع مقاصده التي يهدف اليها ، لذلك تركزت بعض الدراسات الاتصالية حول انماط المعنى التي يمكن ان تتعدد إستخداماتها الدلالية، ويحصرها البعض في استخدامات ثلاثة نوجزها بالاتي :- (١٠)

١- إن الكلمات تدل على أ شياء معينة ذات معاني ودلالات .

٢- يجب إن تثير استجابة معينة في ذهن المتلقي.

٣- إنها تؤسس علاقة مناسبة بين الوسيلة وجمهورها.

وإن هذه الاستخدامات الثلاثه تعبر عن مضمون الرسالة الاعلامية الاقناعية .

لذلك كان إستخدام اللغة بمهارة يعد شيئاً مهماً في المجتمعات خلال كافة مراحلها التأريخية ، وبعد أن أخذت المجتمعات تزداد تطوراً إزدهر فن الاقناع الشفهي في الحضارات القديمة البابلية والآشورية والفرعونية اليونانية وفي وروما القديمة، وما زال هذا النوع من الفنون الاقناعية مهماً ويزداد اهمية يوماً بعد آخر، ومن الامور التي اضفت اهمية استثنائية على فن الاقناع ظهور وسائل الاتصال الجماهيري وتطوراتها ألمعاصرة على صعيد الاذاعة والتلفزيون، حتى اضحى فن لاقناع المعاصر من المضامين الأساسية لوسائل الاعلام الجماهيري؛ تقديمهُ هذه الوسائل على شكل برامج فنية تخضع لتخطيط دقيق ومقصود، لتوجيه الجماهير وإشراكها في العديد من النشاطات و الممارسات السياسية والإقتصادية والإجتماعية ومن بين أهم هذه النشاطات على سبيل المثال :التصويت لمرشح سياسي،أو الاقتناع بشراء منتجات استهلاكية معينة،أو التبرع لقضية إنسانية مثيرة للإهتمام ،وإلى غير ذلك من الممارسات التي تستجيب لاهداف القائم بالاتصال، و التي غالباً ما يكون قسماً منها اهداف جماهيرية والقسم الآخراهداف مؤسساتية تخدم المرسل والمستقبل على حدٍ سواء.

وبالنظر لإختلاف عوامل البيئة والتربية والثقافة والتنشئة الاجتماعية بين مختلف الاوساط الجماهيرية في المجتمعات المعاصرة، فهناك اشكال مختلفة من السلوك يمكن التأثيرفيها برسائل اتصالية تصاغ بأساليب فنية مقنعة.

ومهما تكن انواع الاقناع ودوافعه ونتائجه، فإنه ضرورة لابد منها في البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، وبخاصة عند توظيف هذه الفنون في الحملات الاعلامية الموجهة نحو اهداف اجتماعية اوسياسية أو اقتصادية ، وقد لخص كل من ((كارلينز وأبلسون)) الموقف من فنون الاقناع بالاتي :-

كان الاقناع كفن يمارس منذ قرون ،وعلم الاقناع الذي انبثق هو نتاج القرن العشرين ولايزال في مهده، ومن ثم فإن القول على اساس المعلومات

الحالية بأن الوقت مازال سابقاً لأوانه للحكم عليه يبدو إنه انسب إجابة على السؤال القائل

((هل خلق العلم إغراءات مقنعه تستطيع السيطره على السلوك الانساني؟))(١٠)

ويمكن القول هنا انه على الرغم من التأصيل لفن الاقناع وظهور العديد من النظريات التي تناولت هذا الفن العلمي،إلاانه مازال في بداية الطريق، وان المؤشرات المعاصره التي تؤكد اهميته الهائلة، تبشر بأن سيكون لفن الاقناع مستقبل كبير في مضامين وسائل الاتصال الجماهيري.

الاستراتيجية النفسية وفن الاقناع الاعلامي:

تقوم الاستراتيجية النفسية لفن الاقناع على افتراضات(المؤثر-والاستجابه) أونظرية((S-O-R)) إذ تفترض هذه النظرية بعض الافتراضات التي تقوم على الاتي:-(١٢)

أولاً- إن المؤثرات تستقبل وتكتشف بواسطة الاحاسيس من المحيط الخارجي.

ثانياً- إن خصائص الكائنات العضوية تشكل نوع من الاستجابة التي ستحدث رداً على المنبه،وسوف يتبع ذلك بعض اشكال السلوك، وان اهتمام وسائل الاتصال الجماهيري بالمخلوقات البشرية وليس الكائنات العضوية يتيح لنا إمكانية تعديل الافتراض على إن العوامل الطارئة تشتمل على ثلاثة مجموعات من العوامل هي:-

١- مجموعة من خصائص بيولوجية بشرية،أوعمليات موروثة.

٢- هناك مجموعة من العوامل قد تكون قائمة اساساً على البيولوجيا من جهة، والتعليم جزئياً من جهة أخرى ، مثل بعض الحالات النفسية والظروف الانفعالية.

٣- هناك مجموعة من عوامل مكتسبة،أو جرى تعلمها لتنظيم التركيب الادراكي للفرد،فلما كانت العوامل البايلوجية تمثل العامل(S) ومن ثم فان

المخلوقات البشرية هي العامل الطاريء (O) أو الفرد في التعبير النفسي- وهو تركيب معقد من مكونات بيولوجية وعاطفية وادراكية عن الشخصية التي تعطي اتجاهاً الى الاستجابة(R) أو التصرف السلوكي.

ومن بين هذه الانواع الثلاثة لابد أن تركز استراتيجيات الاقناع ، إما على عوامل عاطفية أوعوامل إدراكية في إنتاج المضامين الاقناعية لوسائل الاتصال الجماهيري، وبخاصة السمعية والمرئية لاثارة الحالات الانفعالية مثل الغضب والخوف والتي سوف تكون مهمة في تشكيل الاستجابة، وتحاول إستراتيجيات الاقناع ربط الاثارة الانفعالية باشكال معينة من السلوك ، في حين إن العواطف التي تشكل الجزء الثاني لاستراتيجيات الاقناع لن يتسن استخدامها إلا في عدد محدود من المواقف.

وهناك استخدامات اكثر شيوعاً في التخطيط لحملات الاقناع، من خلال محاولات التأثير الادراكي لافتراض منطقي مفاده :- لما كانت العوامل الادراكية مكتسبة في عمليات التطبيع الاجتماعي، فإنها اصبحت أولى اهداف الحملات التي تروج للتعليم الجديد في وسائل الاعلام ونشر المستحدثات ، بحيث تكون تحت اشراف القائم بالاتصال الذي يقوم بتعديلها الى حيث يرغب . (١٣)

والافتراض الثاني يشير الى :- إن العوامل الادراكية هي مؤثرا ت على السلوك الانساني ،واذا كان من الممكن تغيير العوامل الادراكية يصبح بالإمكان تغيير السلوك، ويستدل من ذلك على: إن المعلومات والافكار والمضامين التي يتم تخطيطها بمهارة وتقديمها من وسائل الاتصال الجماهيري، يمكن استخدامها بفاعلية للسيطرة على السلوك البشري من خلال برامج اقناعية مقننة ومنظمة . (١٤)

لذلك يمكن تعريف الاتصال الاقناعي بانه :(الاتصال الذي يحدث عندما يوجه القائم بالاتصال - عن قصد- رسائله الاعلامية ،لاحداث تأثير مركز محسوب على اتجاهات وسلوك مجموعات معينه مستهدفة من الجمهور) .(١٥)

ونستخلص من ذلك إن الاتصال الاقناعي يعبر عن عملية رمزية تفاعلية هادفة، يتم من خلالها التأثير المطلوب حصوله بين المؤثر والمتأثر، وتتم هذه العمليه بحرية تامة في اختيار البدائل الملائمه من قبل الجمهور، وعلى القائم بالإتصال أن يضع مزيداً من البدائل التي لا تحقق غاياته فقط وإنما غايات الجمهور المستهدف.

وعلي هذا الاساس يقترح خبراء الاتصال عدداً من المستلزمات والمتطلبات اللازمة لنجاح الاتصال الاقناعي وكالاتي:- (١٦)

١- أن يكون الاتصال الاقناعي هادفاً وموجهاً نحوأهداف محددة وواضحة.

٢- إن تفهم الرسالة بدقة وبساطة .

٣- إن تكون الرسالة قابلة للتصديق.

٤- إن تكون الدعوة التي تتضمنها الرسالة متماشية مع حاجات الجمهور.

٥- إن يتم الاشباع بوسائل وطرق تتفق مع قيم الجمهور.

٦- إن تكون الدعوة ملائمة للظروف الحالية.

ويستدل من ذلك علي إن برامج الاقناع تقوم على منطق الدعوة،والدعوة تفترض المصداقية وقرع الحجة بالحجة، لإدامة الثقه والتواصل والتفاعل مع الجمهور ، الذي تستهدفه وسائل الاتصال الجماهيري،وقد اثبتت التجارب الواقعية و الابحاث العلمية ، إن التلفزيون انسب وسيلة لبرامج الاقناع،لانه الوسيلة الاقدر على تقديم الاثباتات لما يبثه من برامج معززة بالصوت والصورة واللون والحركة .

وهناك نظريات ونماذج عديدة تؤكد الحقائق المتعلقة بالاقناع ،وتوضح كيفية حصول عمليات الاقناع عند التنفيذ بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري.

والنموذج الآتي يتكون من ثلاثة عناصر توجزها بالاتي:- (١٧)

١- العنصر الخاص بالاتصال أو المصدر ،ويتضمن العمليات الاتية :-

أ- تحديد مجموعة الموضوعات والقضايا الاقناعية

ب - دراسة وتحليل الجمهور المستهدف بعملية الاتصال.

ج - إعداد الرسالة الاقناعية.

٢- العنصر الخاص بالرسائل الاتصالية المستخدمة والاختيار الدقيق لها.

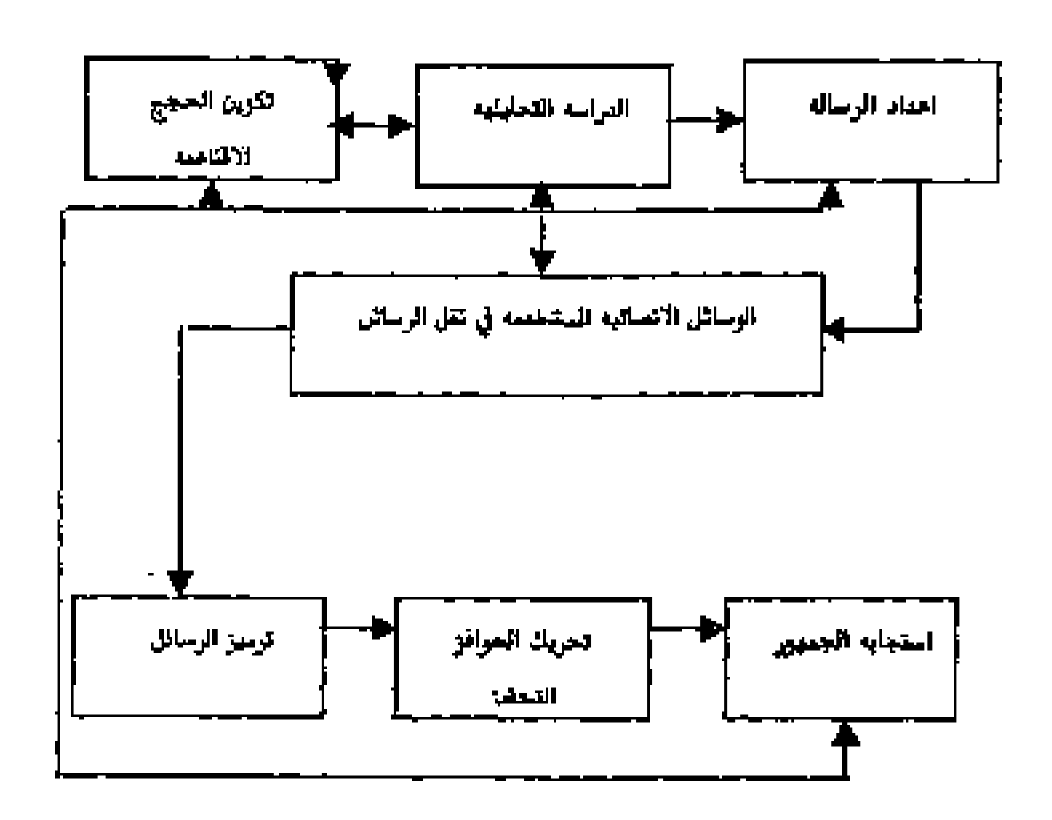
٣- العنصر الخاص بالمستقبلين من الجمهور،والمتطلبات التي تتم مراعاتها من خلال العمليات الاتية :-

- تغيير الرسالة الاقناعية في ضوء الخبرات والاتجاهات والقيم والدوافع.

- إستثارة الدوافع والحاجات لدى الجمهور، بما يتماشى مع المنبهات الاقناعية.

- الاستجابة التي يبديها الجمهور للمنبهات الاتصالية على إن تكون منسجمة مع هذه المنبهات.

يتضح من هذا النموذج الاتصالي انه يربط بين نظام التغذية بالمعلومات،وبين عوامل الترجيح للاثر الاقناعي،إذتبين الاجابة نمط التأثير المتحقق بالعملية الاقناعية ،وهذا ما يظهره الشكل ادناه، الذي يوضح عملية الاتصال الاقناعي .



الشكل رقم (٢-١) يبين نموذج الاتصال الاقناعي

من الشكل اعلاه الذي يمثل نموذج لعمليات الاتصال الاقناعي، يمكن استخلاص خمس خطوات أو مراحل، تتم من خلالها عمليات الاتصال الاقناعي في وسائل الاعلام المسموعة والمرئية، هذه الخطوات يمكن ان نوجزها بالاتي : (١٨)

اولاً- جذب إنتباه الجمهور والمحافظة على استمراريته.

ثانياً- إستخدام الرموز والكلمات والصور التي ترشد المستقبل وتوجهه نحو التفسير الصحيح لمعاني ودلالات الرسالة الاقناعية.

ثالثاً- إستثارة الرغبات والعواطف والاحاسيس التي تساعد على توجيه الدوافع المؤدية الى تحقيق الاهداف الاقناعية لوسائل الاتصال الجماهيري.

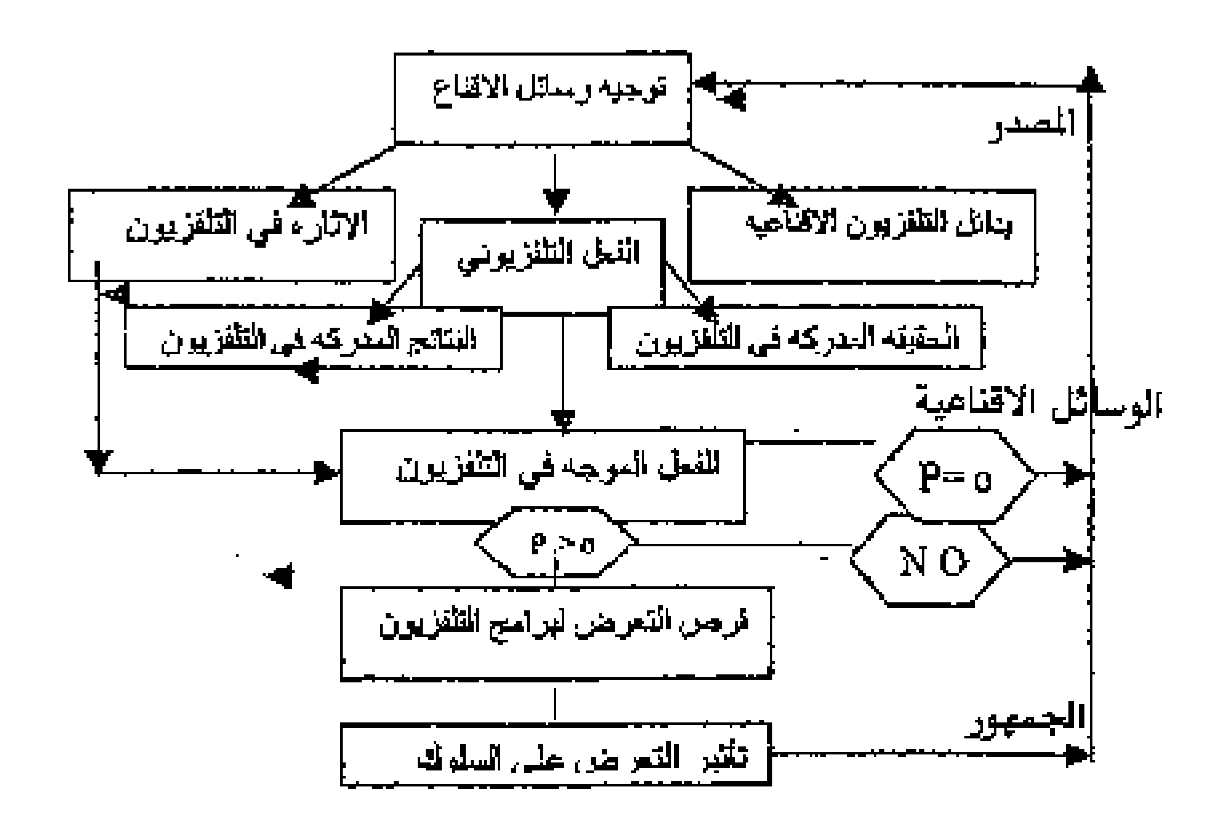
رابعاً– توضيح امكانية اشباع الرغبات والغرائز المستثارة بطريقة صحيحة ومقبولة

خامساً– التوصل الى الاستجابة المحددة في الخطة الاتصالية، الناتجة عن عمليات الاقناع والاقتناع، التي تتم بين المتلقين والقائمين على المضامين الاقناعية.

وهكذا تتعدد نماذج الاتصال الاقناعي، فهناك نماذج عديدة يطول شرحها ، لذلك فإننا سنقتصر البحث في بعض النماذج المهمة، الاكثر إستخداماً في توظيف المفاهيم الاقناعية في المضامين البرامجية للاذاعة والتلفزيون، وبخاصة تلك النماذج التعليمية التي تتسم بالبساطة وسرعة الفهم ، وتجسد عمليات الاتصال الاقناعي بوضوح ، سيما وان بعض هذه النماذج تتميز بإمكانية التطبيق الفعلي في مضامين الوسائل السمعية والمرئية ، وبخاصة التلفزيون الذي سيتركز البحث حولهُ اكثر من وسائل الاتصال الجماهيري الاخرى، لما يتمتع به من ميزات اقناعية تفوق أية وسيلة إعلامية ، ولاهمية دورهُ في المجتمعات المعاصرة،وهذا ما أكده الباحث و أُستاذ الاعلام (اليكس. سين.ادلشتين) في بحث له أُسس على فكرة الاقناع وإستخداماتهُ، طبقهُ على جمهور من المشاهدين في كل من الولايات المتحدة الامريكية ويوغسلافيا. صنّفتْ عينة البحث مصادر معلوماتها على اساس المعنى والمحتوى لمضامين وسائل الاعلام الجماهيري المسموعة والمرئية،وعلى اساس عرض الفكرة لا على اساس سرعة تصديق المصادر لها ،إذ تم ترتيب تأثير وسائل الاعلام الجماهيري على النحو الاتي :– التلفزيون في إستعراض الفكرة، والراديو في وجودها وترك الخيار للمشاهد في اختيار الوسيلة المناسبة (١٩)

وهناك العديد من الأبحاث العلمية التي توصلت الى نتائج اكدت اهمية التلفزيون في الاقناع، بأعتباره أداة خطيرة، شديدة التأثير على المجتمعات،

مما جعله موضع اهتمام المؤسسات الرسمية والاهلية،واستقطب التلفزيون اهتمام شركات الانتاج والتصنيع، كما استقطب اهتمام العلماء والباحثين، فقد ركز(كومستوك،Comstock) في نموذجه على تأثير التلفزيون في السلوك الفردي الذي سماه بالنموذج السيكولوجي،و ذلك لانهُ يتعامل مع الحالات العقلية وسلوك الافراد ، فالمبدأ الاساسي الذي قام عليه هذا النموذج هو:- إن التلفزيون ينبغي التعامل معه كمرادف وظيفي لأي خبرة شخصية،ويستخدم التلفزيون كمنبه لوضع السلوك في إطار التاثير الذي يتم تعلمه من أي مصدر آخر، ويمكن وصف هذه العملية – انهُ عندما يشاهد الفرد عروضاً تلفزيونية تظهر فيها تصرفات سلوكية ،ثم يتلقى العديد من المدخلات التي لها صلة بالسلوك، فبحسب هذه النظرية، فإن المدخل الاساسي لسلوكه هو صورة التصرف المحدد والمدخلات الاخرى المتمثلة بدرجة الاثارة وزيادة الجاذبية والاهتمام بالدوافع نحو التصرف والتصرفات البديلة للسلوك التي يقدمها التلفزيون، والافتراض الرئيسي الذي يقدمه هذا النموذج ،هو إن الصورة المحددة للتصرف، تؤدي الى تعلم الفرد هذا التصرف ، بأعتبار ان الاهمية والإثارة عوامل مهمة للتعلم ،إذ من دونها تتعرض عمليات الاتصال الى الاهمال، ويشترط دعاة هذا النموذج وجود خبرة شخصية وتجربية تسبق التعرض لصورسلوكية محددة في التلفزيون، لكي يتم الرجوع اليها ومقارنتها بالصور الجديدة التي تعلمها الفرد من التلفزيون ،لإتخاذ قرار تبني السلوك الجديد من عدمه،وكما موضح في الشكل ادناه . (٢٠)



الشكل(٣-١) يوضح نموذج كومستوك الخاص بتأثير التلفزيون على السلوك الفردى.

ولتوضيح الشكل رقم (٣-١) الذي يعرض نموذج كومستوك، حول تأثير التلفزيون على الافراد ،لابد من التركيز على المعاني والدلالات التي وردت في النموذج على الشكل الاتي :-

- يقصد بالتدخل والتوجيه **point of entry**، توجيه برامج الاقناع في التلفزيون لإحداث التأثير على الأفراد.
- المقصود ببدائل التلفزيون: **T.V alternatives**، انوع السلوك الاجتماعي الفردي التي يعرضها التلفزيون.
- اما الفعل التلفزيوني: **T.V act**، فيقصد به شكل السلوك الانساني الذي يتم اعداده في رسائل الاقناع، لعرضه في التلفزيون.

- الاثارة في التلفزيون: Kinputs t.varousal يقصد بالاثارة ومدياتها التأثيرية في التلفزيون،الحد الذي يدفع الفردلأداء أي سلوك يمثل موقفه الحالي بعد التعرض.
- يقصد بالحقيقة المدركة من التلفزيون : T.V perceived reality.، الدرجة التي يدرك عندها الفرد، صورة السلوك الجديد الذي يعرضه التلفزيون، على وفق تماثله مع مشاهد الحياة الواقعية.
- النتائج المدركة ;T.Vperseeivedconseqences،هي مجموعة القيم أو نماذج السلوك التي يتعلمها الأفراد بعد التعرض للتلفزيون.
- اما فعل المدخلات الموجهة :P.T.V act، فهي رسائل يقدمها التلفزيون لجمهوره،والتي تتصف بأن لها خصائص مترابطة ومتماسكة.
- وفرص التعرض :opportunity، يقصد بها الفرص التي يمكن إتاحتها للافراد بعد التعرض للتلفزيون ،لاختبار سلوكهم الجديد.

-اما سلوك العرض :Disply behaviour، فيقصد به ملاحظة اداء السلوك الاجتماعي، الذي تم تعلمه من التلفزيون بعد التعرض.

ومما يميز نموذج كومسوك للاتصال الاقناعي الفردي المتعلق بالتلفزيون، انه يعمل بديناميكية انسيابية يمكن إيضاحها بالاتي :-(٢١)

١- عندما يشاهد الفرد مشاهد السلوك الاجتماعي في التلفزيون، مع المدخلات المرافقة والمترابطة معه كالاثارة والاهمية، يدرك الفرد نتائج السلوك والبدائل المشابة ويبدأ بتكوين قناعات عن السلوك الجديد .

٢- إن النموذج يتيح إمكانية تعلم أي إتجاه، وأستخدام سلوك يعتمد بالدرجة الاولى على الاهمية التي يتصف بها السلوك البديل، نقارنته بسلوكه القديم قبل التعرض لاتخاذ موقف بشأن تبني السلوك الجديد من عدمه .

وتبعاً لهذا النموذج فإننا سنعطي أهمية أولى للسلوك الفردي ، واهمية ثانية للقيم الايجابية التي يتضمنها هذا السلوك ،واهميه ثالثة للدرجة التي يرتبط بها هذا السلوك بالحياة الواقعية .

٣- إن التصرفات المهمة يمكن تبنيها ،والتصرفات غير المهمة من المحتمل إن يتم تجاهلها ،وتلعب درجة الاثارة دوراً حرجاً في هذا المجال، سيما وانها تنبع من مصدرين رئيسيين هما :- الخاصية الاساسية للتقديم، وظروف الرؤية والاستعداد للتعرض.

٤- أما بالنسبة للتصرفات التي يظهر إحتمال تطبيقها،فإنه من الضروري أن تكون هناك فرصة للتدريب والتجريب والاختبارلهذه التصرفات في الحياة الاجتماعية الواقعية ، وتتوقف هذه العملية على مديات تكرار المشاهدة للبرامج التي تعرض هذه التصرفات السلوكيهة.

٥- يمكن القول: إن هناك وسيلة للتصرف عن طريق الملاحظة،يعود المشاهد بعدها الى الخبرة السابقة للتعرض، في إطار مختلف من التفكير لتقرير إمكانيات تغيير السلوك .

وبذلك يمكن القول: إن هذه النماذج الاقناعية حول تأثير التلفزيون على السلوك الفردي، أستخدمت على نطاق واسع في حملات الاعلان والتسويق الاقتصادي والسياسي،كما أستخدمت في الحملات الدولية للغزو الثقافي والفكري في إطار الحرب النفسية ،التي تشنها الولايات المتحدة الامريكية وحلفاؤها ضد البلدان النامية والفقيرة، بعد إن توقفت الحرب الباردة بين الشرق والغرب ولو في إطارها الرسمي.

ومن هذا المنطلق اكتسب التلفزيون اهمية إستثنائية على المستوى الدولي،وفي ضوء هذه الاهمية التي اكتسبها التلفزيون، إزدادت اهمية الدراسات المتعلقة به،كما إن اتساع وتعدد وظائفه، ادى الى ظهور تفرعات

تخصصية وظيفية على مستوى النماذج المتعلقة بالاتصال الاقناعي،وقد توسعت وتشعبت هذه النماذج في تفرعاتها بشكل كبير وصلت الى حد التعقيد، لذلك فإ ننا سنشيربإيجاز الى اهم ثلاث نماذج وظيفية، لصلتها القوية ببرامج الاقناع بالاذاعة والتلفزيون وكالاتي:– (٢١)

١- النموذج اللغوي : يرجعه البعض الى ارسطو ، يعتمد على ثلاثة عناصر للتأثير والاقناع، تتمثل في شخصية المرسل والاثارة الوجدانية والعاطفية والاقناع العقلي باستخدام الحجج والبراهين التي لاتقبل الشك والتأويل.

٢- النموذج الدعائي: يستخدم في الحملات الاعلانية المتعلقة بالتسويق والترويج وفي العلاقات العامة والحرب النفسية والدعاية السياسية ،التي تستخدم لكسب تأييدالجماهير لمنشأة أوموقف أو أتجاه معين،ويعتمد هذا النموذج على اللغة والكلمات والجهود التي تبذلها دوائر العلاقات العامة، في عمليات الاقناع التي تتعلق بالمتغيرات المحيطة بالمنشأة والمؤثرة في نشاطاتها التجارية والخدمية.

٣- نموذج التفاوض: يعتمد هذا النموذج على وجود طرفين متفاوضين يحاول كل منهما كسب الموقف لصالحه، ويعتمد ذلك على الاسلوب الايجابي الذي يقوم على الاقناع الواعي والتركيز على المزايا والجوانب الايجابية، والاسلوب السلبي الذي يؤكد علىالمساوىء الناتجة من عدم الاستجابة.

وهناك نموذج آخر،يربط استجابات الجمهور لمضامين المواد الاعلامية بعدة متغيرات تؤثر في هذه العملية ، مثل طبيعة المرحلة التي يمر بها الجمهور، من حيث معرفته بالفكرة أو الموضوع الذي يتعرض له ، حيث تتطلب كل مرحلة انماطاً معينة من وسائل الإقناع الاعلامي، وأساليب جديدة لها قدرة كبيرة على الاقناع ،وتركيزاً خاصاً لبعض الوسائل الاعلامية، التي تتبادل الادوار فيما بينها، باستخدام انماط متجددة من الرسائل الاقناعية، كما تتوقف الاستجابة

ايضاً على مستويات توصيل الافكار الى الجماهير، و مدى فاعليتها في إحداث التأثير الاقناعي المطلوب.

وسمي هذا النموذج (بنموذج استجابات الجمهور).

ويوصف بأنه من النماذج الوظيفية التي تركز على الجوانب النفسية للتعامل مع الجماهير، وحثها على الاقتناع برسائل وسائل الاتصال، من خلال التركيز على حالات الادراك، والوجدان، والدافعية.(٢٣)

من استقراء مدخلات ومخرجات الاتصال الاقناعي باستخدام الاذاعة والتلفزيون، نصل الى خلاصة مفادها : إن برامج الاقناع المسموعة والمرئية ينبغي أن تقوم على خطة علمية مقبولة اجتماعياً محددة الاهداف يمكن تحويلها الى برامج قابلة للتنفيذ، لها القدرة على احداث استجابات موضوعية، تتفق مع اهداف الخطة الاقناعية لإنتاج النماذج السلوكية ا لمفترضة، التي وضعت من اجلها الخطة الاقناعية.

يمكن الاشارة هنا الى إن الاستجابات الناجمة عن المؤثرات الاقناعية قد لاتكون مجدية وذات فائدة، ما لم تكن موحدة ومتزامنة مع الخطة الاقناعية، وإذا اراد القائمون على وسائل الاتصال الاقناعي، توحيد استجابات الجمهور ازاء الموضوعات والمواقف المشتركة المحددة في الخطة، عليهم توحيد القيم والدوافع والغرائز النفسية والاجماعية للجمهور المستهدف، عن طريق تحقيق نوع من التجانس الاجتماعي، وتوحيدالرموز والمعاني والدلالات المشكلة لمضامين البرامج الاقناعية، بحيث تحقق فهماً مشتركاً لجميع أولئك الذين يستقبلون هذه البرامج ، عند ذاك يمكن توقع حدوث تغييرات سلوكية باتجاهات موحدة ، تتماشى مع عمليات التغيير المنظم التي تنفذها وسائل الاتصال الجماهيري.

إلا إن ذلك يستلزم إن تقوم برامج الاقناع، على مبادىء وقيم اساسية لاتحيد عنها، وهذه المباديء ينبغي ان تستوحى من النظم الاجتماعية لجماهير وسائل الاتصال.(٢٤)

وإذا ما اراد القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري النجاح في مهامهم الاقناعية ،عليهم مراعاة العناصر والمباديء الاتية :

١- فتح قنوات ومدجسورمن الثقة والمصداقيه، مع الجماهير المستقبلة لرسائل الاتصال الاقناعي.

٢- مخاطبة الجماهير بمنطقها ،وبمفرداتها المحببة اليها وبالاساليب التي تفهمها وتفضلها،و مراعاة الصراحة والبساطة والوضوح والابتعاد عن التعقيد

٣- اشعار الجمهور بان الوسيلة الاعلامية وسيلته، تحقق رغباته واحتياجاته،بحيادية ودون اغراض تضر بمصالحه.

٤- يجب إن لايتسرب الى الجمهور ادنى شك بهوية القناة أو المحطة ،على انها ممولة أو موجهة من جهة معادية له.

٥- على الوسيلة إن تثبت للجماهيربمضامين واقعية ملموسة، بانها لاتسعى الى تغيير قيمهم الاجتماعية والروحية التي يؤمنون بها ويدافعون عنها .

٦- محاولة ربط حاجات ورغبات ومصالح الجماهير، بوسائل الاتصال الاقناعي المسموعة والمرئية.

٧- في المضامين التي تستهدف خلق استجابات عن موضوعات حساسة، تتعلق بنشر افكار مستحدثة اوتعميم نماذج سلوك اوإحداث تغيرات اجتماعية قيمية اواجراء تحولات سياسية وثقافية واقتصادية ، يمكن عرض هذه الموضوعات على الجماهير ومناقشتها معها بصورة علنية ،واظهارها بشكل مضامين برامجية صادرة من المجتمع الجماهيري لامفروضة علية ،بعدها يصار الى تقديمها باساليب منوعة تتسم بالخفة والطرافة والجاذبية ،وبهذه

الطريقة يكون الجمهور مع الوسيلة الاقناعية لاضدها ،يؤمن بما تقول ويطلب المزيد من البرامج .

اما اذا حدث العكس، فلربما ينقلب الجمهور ضد الوسيلة ،يشكك بها،و يمحص ويدقق بما تقوله وتعرضه ليقارنه مع الوسائل الاخرى ،مما قديحدث عنده تشويشاً يفقده القدرة على التركيزوالاقتناع ،وبذلك تفشل برامج الاقناع في تحقيق اهدافها.

مراجع الباب الرابع وهوامشه :

١- Charles U.Larsen,Persuasion,Reception and Responsibility –Belomont, cal: wads worth publishing company, ١٩٨ ,p.٨

٢–وارن ك.آجي وآخرون ،وسائل الاعلام. الصحافة. الاذاعة. التلفزيون،ترجمة ميشيل تكلا ،القاهرة ، مكتبة الوعي العربي ، ١٩٨٤م ،ص ٤٠.

٣– المصدر السابق نفسه ،ص ٣٤.

٤– د. عبد الطوريقي، علم الاتصال المعاصر،الرياض،مكتبة العبيكان،١٩٩٧ ص١٨٢ .

٥– د.عبد الستار جواد،دراسة في صناعة النصوص الاعلامية، مجلة متابعات اعلامية،العدد٦٣،يناير– ابريل– ١٩٩٩ ؛ص١٤٣.

٦– د.احمد بدر،الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية،وكالة المطبوعات،ط١ ١٩٨٢،ص١٣٦

٧– د.مصطفى حميد الطائي،محاضرات في الفنون الاذاعية والتلفزيونية ، ص ١٤–.

٨– المصدر السابق نفسه، ص١٤–١٥.

٩– مجلة الفنون الاذاعية والتلفزيونية،العدد١٤،يناير١٩٧٧،ص٣١.

١٠–Marvin Karlins nad Herbert. Abelson, Persuasion: How Opinions andAttitudes are changed(Newyork:springerpublising co,١١٧٠)p.٢

١١– ملفين .ل. ديفلير وساندرا بول روكيتش،نظريات وسائل الاعلام ، مصدر سابق، ص٣٧٩ .

١٢– المصدر السابق نفسه ،ص ٣٨٠.

١٣-WinstonLBrembeck& William S.Howell,persuasion:ameans
١٤ -ofsocialinfluence,٢nd,ed(N,J,prentice-Hall,Inc,Englwood cliffs,
١٩٧٦) p.١٩ ibid,p.١٠١

١٥- د.سمير محمد حسين ،الاعلام ولاتصال بالجماهير،القاهرة،جامعة القاهرة، ١٩٨٤ص١٦٢.

١٦- المصدر السابق نفسه،ص١٦٩.

١٧- وارن ك.آجي وآخرون،وسائل الاعلام.صحافة.إذاعة.تلفزيون،مصدر سابق،ص٤٠.

١٨- د. محمد علي العويني،نماذج الاتصال وتطبيقاتها في الاعلام الدولي،القاهرة ،مطبعة الانجلو المصرية، ١٩٩٠م ص١١٩.

١٩- ملفين.ل. ديفلير،نظريات وسائل الاعلام،مصدر سابق ،ص٣٨٢.

٢٠- د. محمد علي العويني ،نماذج الاتصال وتطبيقاته في الاعلام الدولي ، مصدر سابق ،ص ١١٨.

٢١- المصدر السابق ، ص ١٢٠.

٢٢-Advertising,٤th.ed,(N,Y,McGraw-Hallbook.CompanyInc,
١٩٧٧) p. ٢٨

٢٣- ملفين .ل.ديفليروساندرا بول روكيتش،نظريات وسائل الاعلام،مصدر سابق ص٤٢٧-٤٢٨.

٢٤- مصطفى الدباغ،الاقناع فن أم حرب،عمان ،دار الاسراء للطباعة والنشر، ١٩٩٧م،ص٤٠.



الباب الخامس

الإنتاج الإذاعي والتليفزيونى
وفن الإخراج

الفصل الأول

التخطيط لإنتاج الفنون الإذاعية والتلفزيونية وتنفيذها

سبقت الأشارة الى تخطيط النشاطات الاعلامية بشكل عام، وتخطيط برامج الاذاعة والتلفزيون بشكل خاص ، وعند الحديث عن انتاج البرامج المتعلقة بالفنون الاذاعية والتلفزيونية، نجد أن الحاجة تمس الى البحث في تخطيط هذه العمليات الاتصالية خلال مرحلتي الاعداد والتنفيذ، لاهمية التخطيط في إ نجاح أي عملية أعلامية، سيما وان المنطق المُعاصر، يفرض أبتداء أي عمل بخطة واضحة المعالم ،لإبعاده عن العشوائية والتقليدية وسوء التنظيم، وتوجيهه نحو اهدافٍ محددة ومؤثرة.

وإذا سلمنا بأهمية ألتخطيط وضرورته، علينا إن نوفر مستلزماته ونفي بشروطه،وعندما يتعلق الأمربالأنتاج الاذاعي والتلفزيوني من حيث الاعداد والتنفيذ، فإن هذا العمل ينبغي أن يقوم على خطة متعددة المراحل، يمكن إيجاز متطلباتها بالاتي:-

أولاً:- القيام بدراسات علمية جادة للبيئة الاجتماعية المستهدفة،والموضوعات المُراد تناولها،والمعلومات والبيانات المطلوب توفرها لاعداد البرامج بموجبها،فضلاً عن دراسة أمكانات الوسائل المستخدمة على وفق خصائصها التقنية،ودراسة الامكانات البشرية والفنية والمادية، وإذا أطمأن المنتج الى هذه الامكانات يكون بإمكانه مباشرة التنفيذ.

ثانياً:- الاستفادة من كافة المعلومات والبيانات المتاحة، لإعداد خطة عمل تفصيلية تنبثق من الخطة الاعلامية العامة ، تتناول انواع البرامج التي يمكن اصدادها، وامكانيات تنفيذها، ووضع جداول الارسال،وتحديد الفئات الاجتماعية المستهدفة،

ثالثاً:- إعلام الجمهور المشمول بالتغطية، بأنواع البرامج المُراد بثها،ومواعيد البث واساليب التقديم التي يُفضلها ،من اجل تهيئةالمتلقين نفسياً لإستقبالها، وذلك يؤدي الى تفاعل الجمهور بصورة إيجابية مع البرامج الاقناعية.

رابعاً:- يتم خلال هذه المرحلة مُتابعة سير التنفيذ لكافة مراحل العمل، من طريق استخدام أدوات دقيقة للفحص والقياس لتقويم سير التنفيذ من حيث: أهمية البرامج المُنفذة ومديات تأثيرها على المتلقين وفاعليتها ومدى التزام جهاز التنفيذ باتجاهات التنفيذ واساليبه، ودراسة الجدوى والعائد من عمليات الانتاج، والنجاحات المتحققة لأعتمادها في الخطط المقبلة، ودراسة عوامل الخلل والقصور لتلافيها في الخطط اللاحقه.

وفضلاً عن ذلك فإن اعتماد وسائل الاعلام المسوعة والمرئية اسلوب التخطيط في الادارة والممارسات التطبيقية، يعرضها للعديد من الصعوبات والمعوقات المتعلقة بإيصال المضامين الاقناعية الى الجماهير، التي قد تقف عائقاً أمام أجهزة الاتصال الجماهيري ،فتحول دون أدائها لوظائفها في تنفيذ برامج الأقناع .(١)

وعلى الرغم من إن مشكلات التخطيط المتعلقة بأنتاج برامج الاقناع للاذاعة والتلفزيون ظاهرة عالمية، وان هذه الظاهرة تتدرج من حيث مستويات تعقيدها من بلد لآخربحسب درجة تقدم المجتمعات المعاصرة ، وطبيعة الظروف السياسية والإقتصادية المحيطة بهما، إلا إن اشكالية التخطيط البرامجي في البلدان العربية تبدو أكثر وضوحاً، لاسباب عديدة يطول شرحها ؛ ومما يزيد الأمر خطورة وتعقيد هو عدم وجود أهتمامات جادة لمواجهة هذه ألاشكالية التي تزداد تعقيداً من يوماً لآخر، ومما ضاعف من تضخيم هذة الاشكالية ،إن اجهزة الاعلام العربية المحلية والمشتركة، عجزت عن مواجهة مخرجات هذه الأشكالية، وبخاصة فيما يتعلق بضعف الأنتاج وضآلتهُ: فبدلاً من إن تسعى هذه الاجهزة الى إيجاد حلول منطقية في أُطرها الوطنية والقومية، استعانت بالانتاج البرامجي الوافد، وبخاصة من الولايات المتحدة الامريكية وأوربا، مما أدى الى اغراق الاسواق الاعلامية العربية ، بالانتاج الاجنبي

الهـابط، والمـوجه لإغـرض مـشبوهة، قـد تكـون لهـا آثـاراً مـستقبلية خطـيرة علـى مجتمعاتـنا العربية، ومما يؤكد مخاوفنا إننا بدأنا نلمس آثار هذه الظواهـر الخطـيرة، في ثقافاتنا ونظمنا ونماذجنا السلوكية الفردية والجماعية في العديد من المجتمعات العربية.

وإن المُحـاولات الـتي بُذلت لمواجهة هذه الاشكالية ومظاهرها الضارة، كانـت مُحـاولات غيرجـادة، تم مُعظمها بمجهودات فردية محدودة، تمثلت في بعـض جوانـبها بالاجـتماعات الـتي عقـدتها المـنظمة العـربية للتربـية والثقافة والعلـوم ،الـتي دعت الى وضع خُطط وطنية وأقليمية، لمواجهة بعض المشكلات التي أضحت تُعبر عن ظواهر لايُمكن تخطيها.وتوصلت في احد تقاريرها :الى أن مشكلات التخطيط الاعلامي العربي التعلقة بالانتاج البرامجي، يجب أن تُعالج علـى مـستوى النظام القومي العربي، مع الأخذ بكافة التطورات العالمية في هذا المجـال، وبخاصـةً فيما يتعلق بالجوانب الفنية والتقنية وتوظيفها في خطط وبرامج التنمية، التي ينبغي أن تُنفذ في البلدان العربية.(٢)

كمـا توصـل تقريـر المـنظمة العـربية الى: تـشخيص بعـض الـصعوبات والمـشكلات الـتي واجهـت المخططـون للأنـتاج الأعلامي العربي ،والتي يُمكن إيجاز أهمها بالآتي:- (٣)

١- ضعف الوسـائل والاساليب الفنية، المتعلقة بنقل احتياجات الجمهور العربي لمُخططي وسـائل الاتصال الجماهيري.

٢- نقص المعلومات المُتعلقة بالتقنيات، وبجماهير مجتمع الاتصال، مماضعف الخطط المتعلقة بانتاج برامج الاقناع العربية .

٣- عدم وجود أتصـال تفاعلي وتنسيق، بين الباحثين الأكاديميين والقائمين على تنفيذ برامج الأقناع في وسـائل الاتصـال الجماهيري العربية.

٤- وجود حاجة ماسة الى تبسيط الأبحاث العلمية، المُتعلقة بالأتصال الأقناعي وتكييف نتائجها مع مُتطلبات الخطط البرامجية.

٥- عدم إشراك مُخططي وسائل الاعلام، والقائمين على انتاج برامج الاقناع المسموعة والمرئية، بخطط وبرامج التنميه التي طبقت في بعض البلدان العربية

٦- ضعف التعاون والتنسيق بين الأكاديميين المهتمين بدراسات جمهور وسائل الاتصال ومضامين الأتصال الأقناعي، وبين العاملين في إدارة وتنفيذ البرامج المسموعة والمرئية.

٧- إغفال دور الأعلام المحلي، وعدم السعي لتطوير اساليب الاتصال الأفقي بين المواطنين، والتركيز على وسائل الاتصال الرأسية أو المركزية، مما أدى الى اهمال أحتياجات الجمهور المحلي، وأنعكس ذلك على خلل وقصور في انتاج برامج الاتصال التنموي .

المُستلزمات الواجب مُراعاتها لإنتاج برامج الأقناع المسموعة والمرئية :

الأذاعه والتلفزيون يستهدفان جمهوراً واسعاً غيرمُتجانس في خصائصه العامة والخاصة، يخضع للعديد من المُتغيرات المؤثرة في عمليات الإقناع، لذلك فإن مسألة شد أنتباهه والتأثير فيه واقناعه تحتاج الى دراسات وابحاث مُعمقة، تهدف الى أنتاج برامج إقناعية تستند الى بيانات علمية دقيقة ومعلومات واقعية لها القُدرة على توسيع خيال الفرد ورفع تطلعاته وتفعيل انشطته ومغازلة احاسيسه وعواطفه وإقناعه بالمعاني والرموز الدلالية المُجسدة لإهداف الخطة البرامجية، وهذه العملية تحتاج الى توخي الحذر والدقة في التعامل مع الجمهور، وذلك بأنتقاء الكلمات المُعبرة والمعاني الواضحة والتفنن في صياغتها بعبارات مُتماسكة وإلقائها إلقاءاً صحيحاً، لأن نطق الألفاظ ومخارج الحروف نطقاً سليماً، يُقوي من وقعها النفسي وشدة تأثيرها على المُستمع والمُشاهد، سيما وإن إنتاج البرامج ذات المضامين الأقناعية المؤثرة في الوسائل السمعية والمرئية،

غالباً ما يرمي الى تحقيق أهداف مهمة مُركبة الأبعاد يُمكن إيجاز أهمها بالآتي :-

١- تلبية الأحتياجات العلمية والثقافية والترفيهية للمجتمع.

٢- عرض بعض المشكلات الاجتماعية المهمة، وطرحها للمُناقشة العلنية أمام الرأي العام، ومُحاولة عرض بعض الأقتراحات والحلول المُناسبة لمُعالجتها.

٣- التعبير عن المواقف والآراء المُتعارضة السائدة في المُجتمع بموضوعية.

٤- التحفيزعلى الأنجاز والأبداع والتميُز، وتشجيع المُبادرات الفردية والجماعية في المُجتمع، وبخاصةً تلك التي تتعلق بالعلوم والثقافة والمعرفة .

٥- التركيز على التنويع في مضامين وأساليب عرض برامج التسلية ؛لإشباع الحاجات الترفيهية للمُجتمع.

٦- ضرورة تعزيز وتفعيل مضامين برامج الأقناع التنموية ،وبخاصة ما يتلعق منها بتنمية المهارات ورعاية الأبداع ونشر المُستحدثات . .

٧- توجيه عمليات التغيير والتطور الأجتماعي وتعميق مساراتها.

٨- تشجيع المُمارسات الديمُقراطية والتعبوية،وترسيخ قيَمها الايجابية في المُجتمع.

٩- القيام بحملات دعائية واعلانية هادفة، لتنفيذ برامج سياسية واقتصادية مهمة، تخدم عمليات التقدم الأجتماعي والأقتصادي الجارية في المُجتمعات المُعاصرة، وفي ضوء ذلك يتم وضع الأنتاج البرامجي، على وفق الاطار الفني للسياسة الاعلامية الموضوعة في المجتمع خلال فترة زمنية مُحددة .

ولأهمية التخطيط في هذه المجالات، ينبغي خضوع كافة عمليات الأنتاج البرامجي الى تخطيط دقيق وشامل، يُبنى على أساس دراسات علمية جادة تتعلق بمسيرة تقدُم المُجتمع، ووضع الاحتمالات المُستقبلية لإحتياجات جماهير وسائل الاتصال بنظر الاعتبار،والتحسب للمُتغيرات والمُستجدات الأكثر أحتمالاً

التي قد تتدخل في عمليات تحقيق الاهداف التي تلبي احتياجات الجماهير المستقبلية.

ويمكن تجسيد ذلك من خلال توضيف الرموز والأشارت والمعاني والصور والأصوات والأشكال التعبيرية والفنية، في برامج أقناعية هادفة، وتنفيذها بأساليب فنية بارعة، لأجراء التغيرات المطلوب إحداثها في المجتمع الجماهيري، من خلال تحريك وتحفيز عواطفهُ وأحاسيسهُ ومشاعرهُ، لتحقيق اهداف الخطة الأقناعية.

وبذلك يمكن القول : إن الفنون الأذاعية والتلفزيونية ما هي إلا تعبير عن مُمارسات وقُدرات ومهارات فنية أبداعية، تدفع الجماهير الى المزيد من التعرض للبرامج الإقناعية التي تشتمل على احداث ومواقف وخبرات وتجارب، بصورة أرادية تقوم على الاقناع والأقتناع، لتحقيق التفاعل الأيجابي الذي ينبغي أن يحصل في كل رسالة اتصال أقناعي، تشتمل على رموز ذات دلالات ومعاني إيجابية، تُحقق الأقناع والأقتناع بين المُرسل والمُستقبل بصورة إرادية، وتضمن القبول بالتحولات السياسية والاجتماعية والأقتصادية، دون الحاجة الى أستخدام أساليب العنف والنفوذ المادي السلطوية.

وعلى الرغم من اهمية الفنون الاقناعية المسموعة والمرئية في حياة المجتمعات المعاصرة، إلا إن نظرياتها واساليب تطبيقها مازالت موضع اختبار،كونها من الفنون الحديثة التي مازالت في طور النمو والتكوين والتجريب،يسعى القائمون عليها لإرساء قواعد عمل لها،تقوم على أسس علمية صحيحة،وترسيخ قيم واساليب عمل وتقاليد تمكن المسؤولون عن إعدادها وتنفيذها، من تفعيل دور وسائل التأثيرفي المتلقين وتشكيل بعض نماذجهم السلوكية، من خلال التأثيرفي ثقافاتهم وقيمهم وتقاليدهم الاجتماعية.

والنجاح في ذلك يعتمد على درجة تمكّن المعنيين من إنتاج مضامين برامجية اقناعية ناجحة ،و على مدى توفرامكانية تقديمها بأساليب فنية رصينة ،و دراسة أذواق الجمهور ومتغيرات حياتهم الاجتماعية وتكوينهم النفسي، واختيار الاجهزة الاكثر ملائمة للتقديم ،التي تمكّن القائمين على هذه الاجهزة من تحقيق أقصى تأثير في المتلقين ،إلا ان ذلك قد لايحقق المطلوب، ما لم يتم توظيف الموضوعات التي تمس المصالح الحيوية للمجتمع في مضامين البرامج الاقناعية ،شرط إن تعد هذه البرامج على وفق خصائص الجمهور ومتغيرات حياته، وإمكانات كل من الاذاعه والتلفزيون على نقل وتبليغ هذه المضامين بأساليب مؤثرة ومقبولة اجتماعياً ولتجسيد دور الاذاعة والتلفزيون ودقة أداء كل منهما في هذه العملية ينبغي مراعاة الاعتبارات الاتية :-

١- على المتخصصين ببرامج الاقناع ،توظيف موضوعات الاقناع المختلفة في الوسائل الاعلامية الملائمة لها ،لأنه ليس من الصواب التوقع، أن يكون بمقدور وسيلة اتصال معينة، تناول جميع الموضوعات بنفس المستوى من الأداء وقوة التأثير، لأن الموضوع الذي ينجح الراديوفي تبليغهُ بشكل مقنع ،قد لاينجح التلفزيون في تبليغهُ بنفس الدرجة من النجاح، وذلك لأن لكل وسيلة وظائفها وإمكاناتها التقنية والفنية، التي تمكّنها من تقديم موضوعات معينة تناسب مواصفاتها التقنية .

٢- لابد من الاعتقاد بأن التلفزيون أكثر تأثيراً في المتلقين مقارنة بالراديو، لما يتمتع به من خصائص فنية، تقرب صورة الحياة الواقعية من المشاهد ، ويزداد اعتقادنا بقدرات التلفزيون وجاذبيتهُ ،إذاعلمنا إن الحقائق العلمية التي توصل اليها بعض الباحثين تشير الى إن الانسان المعاصر يحصل على معلوماته ومعارفه بنسبة ٩٠٪ عن طريق النظر،و٨٪ عن طريق السمع ،و٢٪عن طريق الحواس الاخرى والتجارب والخبرات الحياتية.(٤)

٣- علـى الرغم مـن اعتماد كل من الاذاعة والتلفزيون على النقل الحي المباشر للاحـداث والوقائع من ميادينها الحقيقية، ورغم تنافس هاتان الوسيلتان على الفورية في نقـل الاحداث ومحاولة خلق التشويق والجاذبية ،إلا إن لكـل منهمااساليبه وادواتـه المساعدة الخاصة به ،مثل :اجهـزة التسجيل والمنـتجة والمؤثـرات والاشـكال والرسـومات وغيرهـا، وان الـتكامل بـين الوسـائل والأسـاليب يـساعد في تحقيق أداء متكامل يتصف بالقدرة على تأدية الوظائف الاقناعية وتمييز أداة على أخرى .

٤- إذا كـان هناك اعتقاداً تاماً بتفوق قدرات التلفزيون الاقناعية ، فان الاذاعة تتميـز بانخفـاض الـتكلفة وسـعة الانتـشار،إلا إن الـتطورات التقنية التي شـهدها التلفـزيون خـلال الربع الاخيرمن القرن العشرين ،ادت الى سلب هذه الميزة من الاذاعة ،باستخدامه البث الفضائي عبرالاقمار الصناعية.

هـذا مايتعلق بالاعتبارات التقنية وانعكاساتها على عمليات الاقناع ،أما مايـتعلق بالاعتـبارات الخاصـة بامكانـيات البرامج المسموعة والمرئية في الاقناع الجمـاهيري، مـن حـيث قـواعد البـيانات والمعلـومات الـتي تعـتمد علـيها في الاعداد،والاسـاليب المـتمدة في التنفـيذ، فـيمكن القـول: إن المـضامين المدروسـة المـستوحاة مـن واقـع المـستمع والمـشاهد والموضـوعة بموجب خطة محددة الأهداف، تخدم برامج التنميةتعد ضرورية للعديد من البلدان بغض النظر عن درجة تقدمها.

تجـدر الإشـارة إلى إن المـضامين المؤثـرة في الإذاعـة والتلفـزيون يجـب إن تـتطور بدرجـة مُتـساوقة مـع التطورات التقنية التي حصلت في وسـائل الاتصـال الجماهيري،كـي تستجيب لأحتياجات الجمهور المُتزايدة ،وذلك لن يتحقق إلا مـن خـلال الدراسات الجادة لواقع الجماهير و الوقوف على ظروفهم ومعاناتهم وتطلعـاتهم وان ذلـك يعـتمد علـى إعـداد الملاكـات البـشرية المؤهلة التي تدير وسائل الإقناع وتشرف عليها ، وعلى رصد التمويل الازم لتلبية تلك المتطلبات.

وفيما يتعلق ببناء الأتجاهات السلوكية وتشكيل العلاقات الأجتماعية من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية، فإن تأثير مضامين البرامج على بناء النماذج السلوكية، يتطلب مزيداً من الصبر والتأني ،لأن مثل هذه العمليات الاقناعية، المتعلقة بتغيير القيم والأذواق ونماذج السلوك تستغرق زمناً طويلاً وتتطلب إمكانيات كبيرة، لأنها ترتبط بالإستراتيجية الوطنية والقومية لكل شعب أو أمة تنشد التغيير، وفي هذه الحالة ينبغي تعبئة كافة أمكانيات الأمة في خطة شاملة تتكامل فيها المضامين مع الوسائل والأساليب في خطة إستراتيجية شاملة ومتكاملة ، تُنفذ بشكل مُتدرج حسب مُستويات فهم الجمهور، على أن يتصل كل مضمون اتصالاً وثيقاً بأساليب تنفيذه،وأن لم تتمكن الوسيلة من إيصال مضمون معين بشكل مؤثر، يجب استخدام أكثر من وسيلة، وتنويع اساليب الأداء، من اجل تحقيق أفضل أداء، والوصول الى أوسع نطاق من الجمهور.

ولابد من التذكير بضرورة تناول الموضوعات الجادة التي تتعلق بالترويج للأفكار والمفاهيم والقيم والعادات الإجتماعية، من أجل خلق أتجاهات ونماذج سلوكية أكثرُ تطوراً، ضمن حملات التحول والتغيير التي تشهدها المجتمعات المعاصرة، التي تهدف الى تغيير الأفكار والعادات ونماذج السلوك التقليدية القديمة بأخرى جديدة .

إلا أن ذلك يتطلب أن لايكون المضمون مباشراً، يستفز مشاعر الجمهور ويجعله يُسيئ فهم الرسالة،وإنما يتم باستخدام أساليب غير مباشرة، من خلال اللجوء الى تقديم برامج شمولية، تتناول مختلف جوانب حياة الفرد بضمنها الجوانب الخاضعة للتغيير،وباعتماد أساليب تتصف بالتشويق والجاذبية، والتدرج في التوجيه وزيادة مُحاولات التأثير ضمن أعمال مُنوعة عديدة، تُقدَم ضمن برامج علمية على درجة عالية من النجاح.

أما الشروط الأساسية، لإعداد وتقديم برنامج اقناعي ناجح من الاذاعة والتلفزيون فيُمكن إيجازها بالأتي :- (٥)

١- أتقان النص: يُعد النص المادة الأساسة، التي يعتمد عليها الأنتاج الاذاعي والتلفزيوني، لذلك يجب أن يُعد بمهنية عالية واتقان ، وأن يتصف بالبساطة والوضوح والواقعية، و ان يتناول المُشكلات الحياتية، التي تمس غالبية جمهور وسائل الاتصال الجماهيري ، تقوم ادارات الانتاج بتحويلهُ الى برامج تقترح حلول ومعالجات واقعية للمشكلات الجماهيرية.

٢- اسلوب المعالجة: إن اسلوب المعالجة يجب أن يتسم بالتشويق والاثارة ، وأن يتميز بالعمق والبساطة ، بحيث يُعد بأسلوب مهني عالي الدقة، يُلبي حاجات الجمهور المُستهدف ، وان يمزج بين الاصالة والمعاصرة تستقطب فيه كافة الامكانات الفنية للوسيلة .

٣- إختيار عناصر البرنامج: يجب توخي الدقة والموضوعية والواقعية في أختيار عناصر البرنامج،بحيث تلم بكافة أبعاد الموضوع، الذي يشتمل عليه مضمون البرنامج.

٤- إستغلال الوسيلة: يتم إستغلال الوسيلة على وفق خصائصها الفنية والتقنية ، بما يتفق مع طبيعة المضمون والأهداف التي ينبغي التوصل اليها.

٥- إسلوب التقديم: على الرغم من عدم وجود ثوابت في أساليب التقديم، لأن هذه الأساليب تتغير بشكل مُستمر،بحسب أنواع البرامج وأمزجة الجمهور وطبيعة الوسائل،إلا إن أي اسلوب ناجح يجب أن يتسم بالدقة واللطافة والليونة والخفة والبساطة، إذا كان البرنامج ترفيهي أو تربوي أو ثقافي،اما إذا كان البرنامج جاد وتعبوي، فيجب أن يتصف بالحزم والجزالة والجهورية التي تُثير المشاعر وتلهب الاحاسيس إزاء ما يهدف ا ليهُ البرنامج

الأنتـــاج التلفزيونـــي عناصـــرهُ ومُقوماتـــهُ :

يُعتبرالإنتاج التلفزيونـي أكثر تعقيداً من الإنتاج الإذاعي، لكونه يعتمد على الصورة واللون والحركة، فالمشاهد ينظرالى موضوع البرنامج من خلال عدسة التصوير والمسافة التي تفصلهُ عنهُ والزاوية ألتي يُنظر من خلالها اليه ، ويكون من واجب المُصور التلفزيونـي التفنن في إستخدام اللقطات،المُكبرة والمُصغرة والجانبيـة... ويمكـن للمخـرجين والمُـصورين الأسـتعانة بالمؤثـرات الطبيعيـة والـصناعية: كالـدخان وتساقط المطر وإستخدام الديكورات والمشاهد والعناوين لإخراج برامج مُثيرة .

ويستعين المخرجون بالافلام والمُسلسلات و(الشرائح) في عمليات الإنتاج التلفزيونـي،كما يستعينون بلعب الأطفال والدُمى والعرائس والرسوم المُتحركة في إنتاج البرامج والمُسلسلات،وبخاصةً برامج الأطفال والبرامج الأعلانية، التي قد تحتاج الى لقطات درامية وكوميدية،ويُمكن التفنن في استخدام الكاميرات لإنتاج لقطات ومشاهد نوعية متكاملة وفورية.

أما الصوت فيُنتج بطرق وصيغ مُختلفة،كأن تُثبت اللاقطات علىالصدر أو الذراع أو تكون لاسلكية أومخفية في أماكن مُعينة، وفي جميع الحالات يقوم المُخـرج بالتنسيق بين الصوت والصورة والحوار والحركة ومُعالجة بعض المشاهد بمؤثرات مُعينة، لإخراج برامج تلفزيونية جذابة ومُشوقة.(٦)

والإنـتاج التلفزيونـي مثل أي انتاج آخـر، يمُربسلـسلة مـن المـراحل التحضيرية المُتتابعة والمُتكاملة، الى إن يخرج بشكله النهائي على شكل برامج، قابلة للعـرض في وسـائل الأتصال الجماهيري،وقد تعاظمت اهميةهذا النوع من الإنـتاج، بعـد ان أضحى مـورداً اقتصادياً، يدخل في مكونات الأقتصاد القومي للعديد من البلدان المُنتجة.

وعمليات الإنتاج البرامجي تحتاج الى إدارة مُتخصصة ، قادرة على حشد كافة الامكانيات الفنية والتقنية، وتوظيفها في قوالب فنية مُعبرة عن مضامين برامجية هادفة،خاصة" وإن الفنون الإذاعية والتلفزيونية مثل أية فنون أُخرى تُعبرعن شكل ومضمون،يوظفها المنتج لتحقيق أغرا ض ومقاصد مُعينة. ولايُمكن الحديث عن أنتاج برامجي مُتميزمن دون أستثمارالعناصرالأساسية التالية :-

١- ففي الوقت الذي يعد فيه الصوت من العناصر الأساسية للإنتاج الإذاعي،فإن الصورة تعد من العناصر الأساسية للإنتاج التلفزيوني،فعندما يقوم المُنتجون الإذاعيون بأختيار الأصوات المُميزة بأعتمادالطبقات الصوتية الصالحة، والكلمات المُعبرة التي تُنتقى بعناية، لتوظف في النص الإذاعي، بعد إن تخضع لقواعد خاصة بالنطق عند إذاعتها.

فإن الصورة تعد عنصراً أساسياً توظف في الإنتاج التلفزيوني، إذ يقوم المشرفون على الانتاج بالعناية الفائقة بإعداد العاملين الفنيين على الكاميرات، والتأكد من مهاراتهم وحسهم الفني، في التقاط الصور من زوايا تُظهر للمُشاهدين الأشكال المُراد رؤيتها بمهنية وواقعية، من خلال مقدرتهم الفائقة على مزج الصور وتركيبها للخروج بمشاهد واقعية مُعبرة .

٢- تعد المؤثرات الصورية من مُقومات الإنتاج التلفزيوني، في حين تُعد المؤثرات الصوتية من مقومات الإنتاج الإذاعي.

٣- إن إعداد كادر العمل الفني من العناصر الأساسية للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، كونه العنصر الذي يُحول النص والفكرة، الى فعل مُتحرك يعكس حالة واقعية لمُجتمع الوسيلة

٤- الأستوديوهات الإذاعية والتلفزيونية من العناصر الأساسية لإنتاج برامج الإقناع المسموعة والمرئية،لما تشتمل عليه من أجهزة ومُعدات تُعالج مُختلف الاعمال الفنية المُتعلقة بالصوت والصورة، وفقاً لمُقتضيات الإنتاج التي تُبث الى المُتلقين.

٥- إن مراكـز الأبحـاث الإعلاميـة تُعـد من مُقومات الإنتاج الرئيسيه، وعنصراً حـيوياً يُلحـق بـادرات الإنـتاج ،في مُعظم المحطـات والقنوات والشبكات الاذاعـية والتلفزيونية الكُبرى في العالم، لما لهذه المراكز من دور، في تهيئة مُـستلزمات إعـداد الـبرامج وتطويـرها، ومُراقبة أسـاليب تنفـيذها ومديات تحقيقها لأهدافها.

إدارة الإنتاج التلفزيوني، وأهم مراحل تنفيذه :

قـد لايخـتلف الإنتاج التلفزيوني عن الإنتاج الإذاعي، إلا في بعض العناصر ومُـستلزمات العمـل الـتي تفرضُـها طبـيعة الوسـيلة، لـذلك سـنُركز على الإنتاج التلفزيوني بأعتباره أوسع نطاقاً وأكثرتأثيراً وجاذبية .

فعـندما تتوسـع دائـرة الإنـتاج وتكثـر الاعمـال ،تؤسّس شركات ومؤسسات وفـروع للإنـتاج لسدالاحتياجات المُتزايدة مـن الإنتاج الفني، وحتى في إطار دائـرة الإنـتاج الـواحدة ،عـندما يتوسع العمل تمس الحاجة الى أن يكون هُناك أكثـر مـن مُـنتج في المحطـة أو القـناة الواحدة، إذ يُسمى كبير المُنتجين بالمُنتج المُنفذ، الـذي يكـون مُـشرفاً على المُنتجين المُساعدين،وكل مُنتج يصطحب معه أدارياً يُساعده، وتوزع الاعمال بين المنتجين بحسـب عدد حلقات المسلسل اذا كان العمل مسلسلاً ،أو التوزيع بربع العمل أو نصفهُ في البرامج الاخرى ، أو إن المنـتج المُكلـف بالإشـراف قـد يـشرف علـى اكثـر مـن عمـل ويـسمى كـبير المنتجين،ويقوم كبير المُنتجين بوضع السياسة العامه لعدد من الاعمال البرامجية المُراد انتاجها،ويُحدد أنواع البرامج وأنواع القصـص المطلوب تنفيذها،وبمساعدة المُخـرج يـتم تحديـد الـنجوم والشخـصيات المُهمـة وتحديـد الأدوار الرئيـسية والثانوية،ووضـع الميـزانية التقـريبية الـتي يتطلبها العمل،ويعمـل مـع المُنتج والمُخـرج بعـض كُـتاب النصوص والسيناريو،والمُخرج الذي يقوم بتنفيذ أي عمل فـني يُـسمى بالمخـرج المُـنفذ،الذي يكـون مـن واجـبهُ الاتـصال بالنجوم وتعيين

الإداريين وتهيئة كافة مستلزمات العمل : تجدر الاشارة الى إن مسئولية إسناد الأدوار للنجوم هي من مسئولية المخرج ا لمنفذ، وقد يشترك معه في هذه المهمة المنتج المنفذ، وقد تقوم بعض المحطات بوضع مسئولية الإنتاج على عاتق مُنتجين خارجيين، يتولون التسهيلات والأجراءات الفنية والأمكانات المادية والفكرية واختيار النجوم وتحمل مسئولية العمل.

وقد يقوم المُنتج بالتشاور مع المُخرج حول بتحديد أنواع الأحتياجات،ودراسة الأمكانات المُتوفرة وكتابتها بصفحات مُتعددة تُعالج الأعمال المُراد تنفيذها، وهذه الصفحات غالباً ما تكون بعشر صفحات،كُل صفحة لها لون مُحدد،تُعالج جانباً من العمل تُسمى مراحل الإنتاج يُمكن إيجازها بالأتي:-

المرحلة الأولى :- يتم فيها تحديد الأحتياجات التي يروم المُنتج إستخدامها وتتمثل بـ:

أ - صالة البروفات.

ب- إستوديو مُزود بالكاميرات.

ج- بروفات الأوركسترا.

د- بروفات الإخراج.

هـ- بروفات التيليسينما والتسجيلات الصوتية المُرافقة لها.

و- إستخدامات غُرف الصدى.

المرحلة الثانيـــة:- صفحة الإضاءة ويكتب فيها المُنتج المُنفذ وصفاً لكل جهاز من أجهزة الإضاءة التي يحتاجها ،والمؤثرات الضرورية المُتعلقة بإضاءة الأستوديو: وفقاً لمُتطلبات العمل الفني المُتعلق بالإنتاج التلفزيوني.

المرحلـة الثالثـــة:- تُسمى الصفحة الثالثة من صفحات الإنتاج يُكتب فيها المؤثرات الخاصة ، فضلاً عن الوصف ا لشامل للمشهد المُراد تنفيذه .

المرحلة الرابعة:- يصف فيها المُنتج المُنفذ شرائح الأفلام التي يحتاجها، ويُعين المشاهد التي سوف يستخدمها، في حالة إستخدام جهاز عرض الأفلام على الشاشة الخلفية.

المرحلة الخامسة:- التصميمات والإنشاءآت: إذ يضع المُنتج المُنفذ قائمة بالمناظر والتصميمات التي تتطلبها طبيعة العمل خلال هذه المرحلة، وتُعرض هذه الصفحة على المُخرج لأخذ رأيه فيها.

المرحلة السادسة:- تشتمل على الرسوم الفنية واللافتات والشرائح المُتحركة، التي تُكتب عليها الأسماء والعناوين.

المرحلة السابعة:- يضع في الصفحة السابعة، وصف لما تمس الحاجة اليه خلال هذه المرحلة من المناظر والإكسسوارات التي يحتاجها المُنتج ويعتبرها ضرورية لكل مشهد .

المرحلة الثامنة:- تتضمن الأحتياجات الضرورية لتنفيذ العمل الفني، كالملابس التي يضع لها المُخرج وصفاً كاملاً لكل زي، بحيث تتلائم التصاميم مع طبيعة كل مشهد وحاجات المُمثلين والمُمثلات،والملابس عادةً أما تُشترى أو تُستأجر.

المرحلة التاسعة:- تتضمن صفحة الزينة، التي يتطلبها العمل الفني ويُحدد فيها المُتخصصين، طبيعة الكياج وانواعهُ وفن التسريح والأناقة ولأتكيت

المرحلة العاشرة:- تُحدد فيها الأعمال والإحتياجات الفنية،إذ يضع فيها المُنتج المُتطلبات الفنية التي تشتمل على أعداد العاملين والفنيين ،الذين تمس الحاجة اليهم في عمل البروفات خلال مراحل العمل المُختلفة، ويتم توزيعهم بحسب مهامهم الوظيفية وتخصصاتهم المهنية ، فمنهم المُتخصص بالصوت والصورة والمنتجة والديكورات، وأعمال أُخرى تختص بالأتصالات والدعاية والإعلان والعلاقات العامة.

الفصل الثانى

ملاحظات فى فن الإخراج الإذاعى والتليفزيونى

الإخراج الإذاعي والتلفزيوني من الفنون الأساسية في الإذاعية والتلفزيون، يمكن وصفه بأنه :وجه من أوجه النشاط الإعلامي وعمل من أعمال الاستعراض يُمثل مرحلة رئيسية من مراحل الإنتاج الفني المرئي والمسموع، يحظى بأهمية كبيرة في برامج الإقناع ،ومن هذا المنطلق تقع على عاتق المُخرج مسؤوليات كبيرة، تفرض عليه إن يقوم بأدوارعديدة خلال كافة مراحل الإنتاج،فنجده يأخذ دورالمونتير،ويقوم بضبط التوقيتات في عمليات التسجيل والتصوير وترتيب عمليات المزج ،ويُلم بحركات الكاميرا ويُراجع النصوص ويضبط الحوار ويستطلع أماكن التسجيل وتصوير المشاهد،ويشترك مع المونتير في توليف المشاهد من خلال وضع كل مشهد في المكان المُلائم له.

أما المُخرج الإذاعي فإنه يتخذ قراراته بنفسه أثناء الإخراج،لأنه لايستطيع أن يعهد بمسؤولياته أو بواحدة منها الى أي مُتخصص آخر،إذ يجب أن يكون السلطة التي تُقررما يجب عمله في أي برنامج إذاعي أو أية رواية إذاعية،إنه يعتمد على الصوت،والموسيقى والمؤثرات الصوتية، وخلق الاحساس المؤثر في العمل الإذاعي وضبط التوقيتات.

بينما في الإخراج التلفزيوني يقوم المُخرج بتوجيه خطوات المُمثلين وتعديل النص والتأكد من إن المُمثلين يُجيدون أدوارهم بمهنية عالية،والمُخرج هو من يقوم بتوزيع الأدوار على المُمثلين وشخوص البرنامج، على وفق صلاحيتهم لإداء تلك الادوار، ولقرب فن الإخراج الإذاعي من الإخراج التلفزيوني والسينمائي يكون بأمكان المُخرجين الأنتقال من مجال لآخر.(٧)

واجبات المُخرج الإذاعي والتلفزيوني:

بما إن المُخرج مسئول مسئولية مُباشرة عن رسم ملامح الصورة النهائية لبرامج الإقناع المسموعة والمرئية، فمن واجبهُ مُراقبة إخراج أي عمل فني من

افة الوجوه في ذات الوقت الذي يُسجل فيه البرنامج أو يُبث حياً على هواء، ويُمكن تلخيص أهم واجبات المُخرج في الفنون السمعيه والمرئيه بالآتي:- (٨)

- يقوم المُخرج بمُراقبة البرنامج الذي يشرف على إخراجه من خلال المونتير الرئيسي، فعندما يرى إن البرنامج أصبح مُملاً، يتخذ بعض الإجراءات السريعه في مُعالجة الخلل وتجنب الملل بإعادة الحيويه الى البرنامج .

١- على المُخرج أن يُراقب ما لا يقل عن كاميرتين أو ثلاثه على المونتيرات الخاصه بها في نفس وقت البث، وعندما يشرف على البروفات، فإنه سيستخدم واحداً من المونتيرات ليُتابع به الصور المُلتقطه بشكل مُتلاحق، والجهازان الآخران يصبحان أقل أهميه، وفي حالة البث الحي يقوم المُخرج بمُراقبة جميع المونتيرات، فإذا وجد الصورة المُثلى على إحدى الشاشات، يوجه الكاميرات الأخرى للإلتحاق بها والمُتابعه.

٣- على المُخرج مُتابعة نص الروايه مع رموز الإخراج للإستعراضات التي لا توجد لها بروفات، ويضع على نص الروايه رموز الإخراج، كما يقوم بتوزيع المشاهد والأدوار وتحديد حركات الكاميرا، والأرشادات التي تُحدد اتجاهات عمل الكاميرات والتوقيتات الخاصه بكل مشهد، سيما وأن استمرار العمل يفرض على المُخرج إن يلم في تتابع اللقطات وتوظيفها في إخراج البرامج.

٤- على المُخرج أن يُراقب الوقت المُخصص للبرنامج الإذاعي أو التلفزيوني، سيما وإن كل برنامج يبدأ بتوقيتات وينتهي بتوقيتات مُعينه ينبغي أن تُحدد سلفاً، وبذلك يكون من أولى مُهمات المُخرج، مُراقبة سير تنفيذ البرنامج بحسب التوقيتات المُخصصه له، وقد يُساعده في ذلك مُساعد المُخرج الذي يجلس في غرفة المُراقبة لمُتابعة سير التنفيذ.

٥- على المُخرج مشاركة مُهندس الصوت في التحكم برفع الصوت وخفضه أثناء المُحاوره والموسيقى، وتوزيع الميكروفونات في الأماكن المُناسبه لها بين شخوص البرنامج،وتأتي أهمية المُتابعة الصوتية بعد المُتابعة الصورية في البرنامج التلفزيوني.

٦- يقوم المُخرج بمُناقشة مساعديه الفنيين والأداريين، وتوجيههم لما يجب عمله، أثناء عملية الإخراج ،وفضلاً عن ذلك فإنه يوجه الأوامر والأرشادات والحركات والرموز الفنية الى فريق العمل الفني ،المكوّن من مُديروا الستوديوهات والمصورون الفنيون والمساعدون ،وقد يستخدم الإشارات الفنية أو الهاتف في عمليات التوجيه.

قواعد الإخراج التلفزيوني المُتعلقة بالتصوير:

يُركز المُخرج التلفزيوني على الكاميرات وفن إستخدامها لتصوير مشاهد واقعية تُعد الاساس الذي يقوم عليه الإنتاج التلفزيوني،لذلك نجد (ديزموند ديفد) أحد المُتخصصين في الإخراج يُركز على دور الكاميرات ويولها اهمية كبيرة في عمليات الإخراج التلفزيوني، والقواعد الإخراجية التي تحكم إستخدامها والمرونة التي تُتيحها لمُستخدميها يُمكن إيجازها بالأتي:-(٩)

القاعدة الأولى:-

لاتُحرك الكاميرا أُفقياً لتصوير مشهد ثابت،لأن الحركة الأفقية للكاميراتُستخدم عند تصوير شخص ما أو عجلة أو شيئ ما أثناء تحركه وذلك للأسباب التالية:

١- إن الحركة المُستقلة للكاميرا، ستؤدي فور وقوعها الى شد الإنتباه الى الكاميرا ذاتها والتكنيك المُتبع في تحريكها، مما يؤدي الى تشتيت إنتباه الجمهور المُتابع للوسيله واشغاله عن التركيزعلى المشهد أوالمضمون المُراد ابرازه والتركيز عليه،

٢- إن تحريك الكاميرا أُفقياً على منظر ثابت غير مُحبب الى المُشاهد لأسباب عديدة، منها ان عين الإنسان لاتقوم بمثل هذه الحركة الأفقية ، وخير مثال على ذلك :ركز عينيك على شيئين مُختلفين في جانب الغُرفة التي تجلس فيها، ستجد إنك على الرغم من مشاهدتك للشيئين اللذين ركزت عينيك عليهما، فإنك لم تدرك ما كان يقع بين هذين الشيئين ، وذلك لأن عيناك لم تتحركا من الشيء الاول الى الشيء الثاني، ولكن الذي حصل من الناحية الواقعية هو إنه حصل قطع(cut) من شيئٌ لآخر، وعلى العكس من ذلك فالأعين البشريه قادره على الحركه الأفقيه عندما تتبع شخصاً أو شيئاً مُتحركاً،وهُناك حركة للكاميرا يُطلق عليها(الحركة الأفقية المُباشرة-whippan) وتعني إنتقال الكاميرا بسرعة شديدة من التركيز على شيءٍ ما الى التركيز على شيئٌ آخر،وهي حركة غير مُجسدة مشكوك فيها، يُمكن السماح بها فقط عندما تأخذ الأمر الذي تقوم به العين البشرية عندما تتجاوز التركيز على الأشياء الثانوية،فهي تشبه القطع الذي يتخلله جُزء مهزوز.

أما الحركة الأفقية البطيئة جداً على منظر طبيعي بعيد،فإنها مقبولة يُمكن إستخدامها كثيراً في التصوير التلفزيوني، لأن العين البشرية تقوم بنفس الحركة شرط أن تكون الحركة بطيئة بالقدر الكافي،وان يكون المنظر المُراد تصويره بعيداً بالقدر ذاته، من اجل أن يتم تشكيل عمُق كافي للمشهد، أما الأمر الذي يجب إن لايقوم به المُصور على الكاميرا التلفزيونية، فهو الحركة السريعة ضمن حيز مكاني محدود، أو عندما يُراد تصوير منظر ثابت داخل الإستوديو أو داخل غُرفة أو قاعة عرض ،إلا في بعض الحالات الإستثنائية الخاصة بمُعالجة بعض الحركات الخاطفة،أو أن تمس الحاجة الى تحريك الكاميرا من شيئ الى آخر بهدف إحداث تأثير خاص يتعلق بالمشهد المُراد تصويره أو لتوفير خلفيات مُناسبة لسلسلة من العناوين التي يحتاجها العمل الفني.

القاعــدة الثانيـــة:-

تجنب الحركة الافقية السريعـة- **Fast Pan** وفقا لهذة القاعدة،لابد من مراعاة تجنب الحرك السريعة الافقية**Fastpan**،لأن مثل هذة الحركة قد تـؤدى الى اهتزاز المنظر واندفاعه ،مما يعطى تأثيراً قبيحاً ومشوشاً، .ويحدث الشيء نفسه في حالة عرض العناوين بسرعة كبيرة.

القاعـدة الثالثـة:

الحـركة الخلفية للكاميرا. وفقاً لهـذه القاعـدة ،ينصح بان لاتُحرك الكـاميرا الى الخلـف ، إلا في بعـض الحـالات الاسـتثنائية ، إذا أُريـد تـصوير شخص ما اوشيء ما يتجه نحو الكاميرا، او في حالة تصوير مجموعة تزداد إتساعاً،اوفي اي حالـة أُخرى تـستدعي مثل هذه الحركة، وهذا يعني انـه لاتقـوم بـأي حـركة نحو الخلف بدون سبب واضح ، كأن تنتقل من تصوير لقطة لشخـصين، الى تحـريك الكـاميرا لإظهار الباب أو شخص ثالث يدخل عليهما،لأنك تعرف إن شخصاً ما سيدخل من هذا الباب، وان الجمهور لايعرف ذلك أو يتوقعه إلا في وقت لاحق ،وسيكون ذلك الوقت مُتأخراً .

وبـذلك فـإن هـذه الحركة ادت الى تشتيت تركيز المُشاهدين عن الصورة الأولى بـسبب القطـع والإنـتقال الى لقطة طويلة على صـوت إدارة الباب ... وسـيكون صـوت إدارة يـد الـباب مُـبرراً كافياً للقطـع... ويعـود التأثير السيء لتحـريك الكاميرا الى الخلف في التلفزيون، الى حقيقة عامة تتمثل في إن الصورة التلفـزيونية غـير كاملـة التحديد،مما يـؤدي الى دفـع عـين المُشاهد الى مُحاولة التدقـيق والتركيـز للحـصول علـى صورة أكثر وضوحاً،أو بمعنى آخر ان المشاهد يحـتاج الى الإقـتراب مـن الـصورة، وان حركة اقتراب الكاميرا من الشيئ المُراد تـصويره تلبي هذه الحاجة،اما إبتعاد الكاميرا فيؤدي الى نتيجة عكسية تُضايق المُشاهد.

ولكن تحريك الكاميرا الى الخلف على شخص أو شيء يقترب من الكاميرا أمراً مسموحاً ،لأن الكاميرا تبتعد عن الخلفية ،ولكنها تحتفظ بنفس المسافة من الشخص موضع الإهتمام، وينطبق ذلك على الحركة الخلفية للكاميرا اذا تزامنت مع الحركة الافقية في الوقت نفسهُ بهدف تصوير مجموعة مُتحركة من الأشخاص يزداد حجمها شيئاً فشيأ،والحقيقة الخاصة بأتساع حجم المجموعة فيها تبرير كافٍ لتحريك الكاميرا الى الخلف،فإذا لم تتحرك الكاميرا الى الخلف ستكون النتيجة ضياع جزء من المشهد خارج الكادر،وتندرج تلك الحالة ضمن العنوان الخاص بالحالات التي تستدعي تحريك الكاميرا الى الخلف،وهُناك مثال آخر للحالات التي تستدعي حركة الكاميرا الى الخلف،لنفرض إن لدينا لقطة مُتوسطة لشخص جالس،فإذا نهض هذا الشخص وتحرك ليقف، فإن في هذه الحركة مُبرر كافٍ لإبتعاد الكاميرا حتى تستوعب العدسة حركته وهو واقف،ورغم إن تلك الحركة تبدو مشروعة ومسموحاً بها، إلا إنها من الحركات الصعبة والمحرجة خلال الأرسال الحي، فيجب تجربتها مُسبقاً وعمل بروفات من أجل التمكّن من تصويرها في البث الحي،لأن عدم القيام بها في الوقت المُناسب تبدو بلا مُبرر وتؤدي الى تشتيت تركيز المُشاهد،كما ان هذه الحركة إذا تأخرت عن الوقت المُناسب، فإنها ستُخرج رأس الشخص المُراد تصويره من الكادر اثناء وقوفهُ،ولاشك في إن ذلك يؤدي الى تأثير سيئ ودون المستوى،ومن أجل أن تحصل على لقطة سليمة يجب أن تكون حركة الكاميرا الى الخلف مُنطبقة تماماً مع حركة نهوض الشخص، ويبقى من الاسلم القطع والانتقال الى لقطة اطول خلال حركة هذا الشخص وانتقاله من الحالة الاولى الى الحالة الثانية.

وهناك مثال آخر لإستخدام حركة الكاميرا الى الخلف عندما يتطلبها التصويرأثناء الحوار،كأن يكون معنا في البرنامج خبير في تاريخ الفن يُعلق على لوحة فنية ، وهو يشير لنا الى لقطة قريبة ثم يتوقف قائلاً: لننتقل الآن لأخذ لقطة كاملة لهذه ا للوحة ، ففي هذه الإشارة مُبرر كافٍ لتحريك الكاميرا الى الخلف، وهو في ذلك يقوم بنفس الحركة التي قامت بها العين البشرية ،وهذه الحركة لم تضايق المُشاهدين

لأنهم يريدون أن تتحرك الكاميرا الى الخلف ليحصلوا على لقطة شاملة للوحة التي أشار اليها الخبير.

القاعــدة الرابعــة:-

تجنُب الحركة القلقة للكاميرا **Restless Camera Wrwa**

إن مرونة الحركة في الكاميرا يزيد من فاعليتها ويُضاعف من أهميتها في تنشيط الفنون التلفزيونية،ولكن يجب عدم الإفراط في تحريك الكاميرا، لأن ذلك يؤدي الىإشغال المُشاهد وصرف ذهنهُ عن المضمون المُراد إبرازه من خلال حركة الكاميرا،لذلك يُفضل عدم تحريك الكاميرا إلا إذا كانت هُناك ضرورة مُلحة تستدعي مثل هذه الحركة .

القاعــدة الخامســـة:-

القطع بين كاميرتين تُعطيان نفس الصورة. بموجب هذه القاعدة يجب عدم حصول قطع بين كامرتين تعطيان نفس الصورة مهما كانت الظروف ،وإذا ما حصل مثل هذا القطع فينبغي إن لايحصل إلا في الحالات الاتية :-

١- إذا كانت الكاميرا تصور اشياء مختلفة إختلافاً تاماً.أما في حالة تماثل الاشياء فيجب أن يكون هناك الاتي :

أ- إختلاف مادي كبير في البعد(حجم الكادر)

ب- إختلاف مادي كبير في الزاوية ، ولعل ذلك هو أكبر المبادىء الزاماً على الاطلاق، ويعود ذلك للاسباب الاتية :-

السبب الاول : إذا كانت كلتا الكاميرتان تعطيان الصورة ذاتها، فلا يوجد مبرر للقطع والانتقال الى الى الكاميرا الثانية ،فالقطع هنا يكون بلا سبب وبالتالي فانه لن يؤدي إلا الى تشتيت ذهن المشاهد .

السبب الثاني : هو إن القطع عندما يحصل بين كاميرتين تعطيان نفس الصورة في حالة البث الحي، قد يؤدي الى تأثير سيء يعكس عمل غير متكامل ،لأن القطع هنا يظهر خلل امام عين المشاهد.

مراجع الباب الخامس وهوامشه

١- د. مصطفى حميد الطائي، مناهج بحوث الاعلام ،محاضرات القيت على طلبة الاعلام في جامعتي بغداد وسبها، ١٩٩٩ -٢٠٠٤م،ص ٤٣-٤٤

٢.S.LLOYDsommerad((AnintregratedApproachtocommunicatiplanning))MediaAsia,vol ٤ .No ٢١٤,١٩٧٧.p.٩١.

٣- التقرير النهائي، لمؤتمر التخطيط الاعلامي في الوطن العربي ، ص ١٥.

٤- د. احمد بدر ،الاتصال بالجماهيربين الاعلام والدعايه والتنميه ، مصدر سابق،ص ١٣٦.

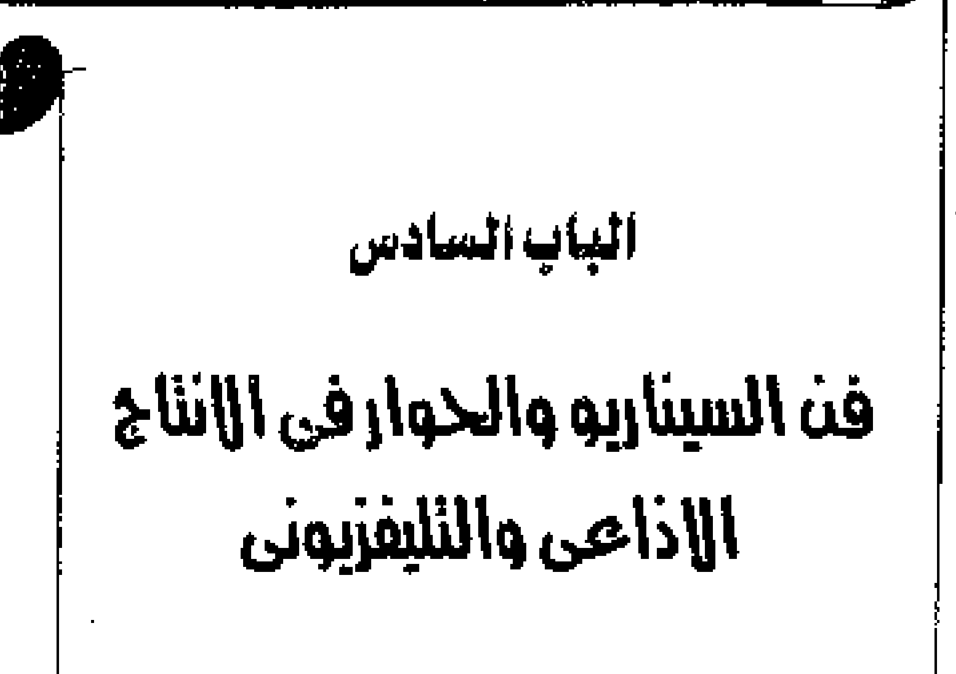
٥- د. ابراهيم إمام ،العلاقات العامة والمجتمع،القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١م ،ص١٣٠ -١٣١.

٦- المصدر السابق نفسه ،ص ١٣٢.

٧- إدوارد ستاشيف ورودي بريتشر ،برامج التلفزيون إنتاجها وإخراجها،ترجمة احمد طاهر، القاهرة ، مؤسسة سجل العرب ، ص ٢٣٧.

٨- المصدر السابق نفسه ،ص ٢٤٢-٢٤٥ .

٩- ديزموند ديفير،قواعد الإخراج التلفزيوني ، ترجمة حسين حامد ، القاهرة، بدون تاريخ ، ص١٢٨ -١٣١.



الباب السادس

فن السيناريو والحوار فى الانتاج الاذاعى والتليفزيونى

الفصل الأول

فن كتابة السيناريو للإذاعة والتليفزيون

السيناريو من الفنون المتعلقة بالمضامين الإقناعية لوسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية: يعرف بأنه: الخطة العامة للبرنامج أو الفيلم، تثبت فيها جميع تفاصيل الحدث الذي يدور حوله البنامج،بالاضافة الى تصوير أشكال الحدث ،ومن دون السيناريو لا يمكن فهم أحداث الفيلم أو البرنامج المراد إخراجه،وذلك لإعتبارات فنيه واقتصادية . (١)

فمن خلال السيناريو تتضح صورة الحدث ويكون بالامكان تحديد الادوار وتوزيعها وتحديد الميزانية والاحتياجات التي يتطلبها البرنامج.

ويسمى كاتب السيناريو((بالسيناريست)) ، وهذه المهنة تحتاج الى مهارات فنية واحتراف وتجربة ومنهجية في الكتابة، أي إنها صنعة فنية تبدأ بالتعرف على الوسط الذي نكتب له ،والرموزالاكثرافصاحاً للتعبيرعما نريد ايصاله ، والمنطق الاقوى حجة والاكثر إقناعاً لتحقيق الاهداف التي نسعى لتحقيقها ، وبحسب هذا التصور السيناريو هو: خطة عمل يضعها الكاتب على الورق، تتضمن تقسيم المفردات الواردة في النص الى مشاهد، وهذه المشاهد تقطع الى مواقف ولقطات تكون دليل عمل للمخرج،يوجه بها فرق العمل الفنية لتنفيذ البرنامج الاقناعي المرئي والمسموع.

وكاتب السيناريو ينبغي أن يضع هدف أو مجموعة أهداف يسعى لتحقيقها، لأن الهدف في العمل الفني بمثابة المحور الذي تور حوله الرموز والدلالات المشكلة للحوار الفني الذي هو جوهر البرنامج المراد إنتاجه ، سيما وان كل كاتب يتصدى الى موضوع معين يعبرعن فكرة هادفة، لايستطيع التعبير بموضوعية ما لم تكون لديه معلومات كافية عن تلك الفكرة أو الموضوع،شرط إن تكون مستوحاة من واقع المجتمع الذي يكتب له، لكي يتسنى له معالجة الموضوع بالشكل الذي يحقق أهدافه وإلا ضاعت جهوده دون أية نتائج تذكر، وان يكتب ذلك في تسلسل سردي . (٢)

وبما إن السيناريو خطة عمل لتنفيذ نص في مشروع برنامج فهو يختلف من مؤلف لآخر، فهناك من يكتفي برؤوس أقلام((ملخصاً)) وهناك من يكتب السيناريو بدقة متناهية مراعياً إبراز جميع التفاصيل والرموز في إطارفني منظم بطريقة خاصة،وتعتبر كتابة السيناريو((فناً)) يضاف الى الفنون المعروفة الاخرى (٣)

ولابد من الاشارة الى إن السيناريويعتمد على الحوار، وهذا الحوار سرعان ما يمتليء بالحيوية من خلال حركة المثلين على على مسرح الحدث الفني خلف الديكورات،و لكن المؤلف لايهتم بذلك كثيراً لأنه يعلم إن عليه اعطاء كل المعلومات بالحوار ، بينما قراءة السينا ريوتحتاج الى كثير من الدراية ، وقراءة الحوار لاتعني شيئاً اذا اقتصرت قراءة السيناريو عليه ،إن كتابة السيناريو تستعمل فيها كل وسائل التعبير،لأنها تحتاج الى خيال واسع لتصور تأثير الديكورات والاكسسوارات الثابتة والمتحركة وحركة المثلين وتعبيراتهم، فضلاً عن إستخدامات الصوت والاضاءة .

يظهر من ذلك إن الكاتب هو أساس الابداع والحيوية عندما يقوم بكتابة السيناريو،لأن كتابة الحوار وتوزيعه يمثل الطريقة الاساسية للتعبير عن مدى نجاح العمل الفني. وليس المخرج أو المنتج أو المثل فكل هؤلاء هم مساعدون يقومون بالتنفيذ لإنجاح العمل ، لذلك فان كتابة السيناريو تعتبرمن العناصر الاساسية لنجاح أي برنامج مرئي أو مسموع ، وهنا يمكن القول إن كتابة السيناريو فن ومهارة وحس فني وسعة خيال وإمكانية تحتاج الى خبرة مهنية عالية وتأهيل علمي .

ويؤكد ذلك المخرج العربي الشهير صلاح أبوسيف في تعليق له جاء فيه : قد يقول البعض انهم توصلوا الى الى كتابة الكثير من السيناريوهات الناجحة دون إن يكونوا على علم كبيربنظريات الكتابة السينمائية أو التلفزيونية ، وقد يقول البعض الآخر إن لكل كاتب ولكل مخرج طريقة خاصة ينظر من خلالها الى

القصة التي يعالجها،ولذلك يمكن القول إن هذا العمل يحتاج الى تأهيل وخبرة وامكانية وحرية في العمل لأن كل كاتب له طريقته واسلوبه الخاص ،ولاوجود لقاعدة عامة أو قانون شامل يحكم عمل الجميع . (٤)

والسيناريو من الفنون الحديثة التي بدأت بدايات بسيطة بعد ظهور السينما،سيما وان بدايات الفيلم السينمائي لم تعرف فن السيناريو ،لأن الفيلم في أيامه الاولى لم يقدم حدثاً موحداً كما لم تكن له مقاصد واغراض واضحة،إلا إن هذا الفن تطورمع تطور السينما والتلفزيون والفنون المتصلة بهما ، ففي عام ١٩٨٠م ظهر لأول مرة العنوان الفرعي ((الثانوي)) بوصفه قاعدة للحدث المتطور،وكان هذا العنوان يستخدم في وصف أجزاء الحدث غير المعروفة وتقديم الشروح والايضاحات للحالات المراد عرضها وفي إيصال الحوار للجمهور.

وقد كتب المخرج والممثل السينمائي ((جوشتيكل)) الذي أخرج في سنوات ما بعد الحرب العالمية الأولى أفلاماً مثيرة في ضواحي مدينة ميونخ على غرار الافلام الامريكية، ويذكر انه كان يكتب سيناريوهات افلامه التي يخرجها على ظهر علبة السجائر ، ومع مرور الزمن و تطور قنوات الاتصال الجماهيري وانتشارها بشكل لم يسبق له مثيل إكتسب فن السيناريو اهمية إستثنائية من خلال الفيلم الناطق ،الذي لم تقتصر مهمته على تحديد الحوار بل في وضع الحوار بصورة متناغمة مع المشهد ، وفي بلدان كفرنسا أدى ذلك التطور الى تقسيم في عمل السيناريو، وظهر من بين الكتاب من يكتب فن السيناريو الدرامية و من يكتب قصة الفيلم الملحمي ... الخ

بعبارة اخرى هناك من يكتب القصة أو النص وهناك من يكتب الحوار ، وعندما ينظر المرء لأول وهلة الى سيناريو معين، يتولد لديه إنطباع بأن المسألة هنا في غاية التعقيد ، وانه من الصعوبة بمكان تعلم فن كتابة السيناريو ،ولكن المظهر خداع والايضاحات الآتية ستعمل على تبديد هذه المخاوف. (٥)

هيكلية السيناريو ومكوناته :

السيناريو من الفنون الابداعية كونه يعتمد على القدرات الفردية اكثر مما يعتمد على النظريات والقواعد العلمية ،ويعتمد على كثرة الممارسة والخبرة المتراكمة في الحياة المهنية لذلك يقترب من الحرفية ، إلا أن تطورأساليب هذا الفن أدى الى أن يُقَدّم وفق قواعد واسس علمية تستلزم التأهيل العلمي ،وعلى الرغم من ذلك فإن اتساع هذا الفن وانتشاره على نطاق واسع أدى الى إن يقترب من الصنعة قبل الموهبة ، وبما إن السيناريو عبارة عن قصة تروى بالصور،إلاانها تخطط على شكل هيكلية يمكن تحديد محاورها بالاتي :-

أولاً:البداية أو التمهيد ((SETUP))

تعد البداية أول مراحل بناء السيناريو، وهي بمثابة مرحلة إيضاحية يسرد فيها كاتب السيناريو معلومات تعريفية حول طبيعة القصة وواقعيتها والتعريف بالشخصيات التي تمثل أقطاب الصراع الذي تدور حوله القصة ، يُكشف من خلالها عن البيئة التي تدور فيها الاحداث، ويحدد توقيتات زمنية لتسلسل الاحداث يتم من خلالها الاحاطة بكل ما له صلة بالواقعة التي تدور حولها أحداث القصة .

والبداية في السيناريو التلفزيوني تختلف عن البداية في الاعمال الدرامية السينمائية والمسرحية، بسبب اختلاف طبيعة الوسائل التي تقدم المضامين واختلاف الجمهور الذي يتلقاها ، فكل وسيلة إتصال جماهيري يكتب لها سيناريو يؤثر بطريقة معينة في المشاهد ويحمله على متابعة العمل ،وبالإمكان تقديم الاحداث من خلال الصور التي يكون لها وقع كبير على تجسيم الحدث أو الواقعة ،إن وضع المعالجة الصورية في المقدمة يتيح إمكانية جعل العمل مشوقاً وجذاباً يشد المشاهد الى متابعته من البداية الى النهاية ، لأن البداية إذا كانت مشوقة ومثيرة فإنها قد تكون السبب في نجاح البرنامج وشد إنتباه

المشاهد اليه و منعه من الانتقال الى برنامج آخر، وعلى الرغم من إن هذه المرحلة تخلو من الصراع، إلا انها تهيء المشاهد لإنطلاق الصراع وتشوقه لمتابعة أحداثه دون ملل ، لذلك فان معالجة الكاتب للمقدمة ليست بالامر اليسير، وان جعل مقدمة السيناريو مثيرة للاهتمام مسألة تعد في غاية الصعوبة، لأن المعلومات التي تشتمل عليها بداية السيناريو من المفترض أن تعرض بأسلوب ملفت للانتباه؛ لضمان إستمرار متابعة الجمهور لمشاهد العمل الدرامي التي تسرد الوقائع المثيرة بتتابع منطقي .

فالتمهيد يمثل البذور الاولى لتنامي الاهتمام بالعمل من خلال التشويق ولإثارة ، كما انه بيان للجو العام للدراما ، فإذا كان هذا الجو مثيراً وممتعاً فانه يجذب المشاهد ويدفعه الى متابعة البرنامج بكافة أحداثه ،أما اذا كان الجو العام للمقدمة مملاً فإنه قد يكون السبب وراء ترك المشاهد لوسيلة الاتصال الجماهيري وعزوفه عن متابعة هذا البرنامج سواء كان البرنامج سينمائياً أو تلفزيونياً.

ثانياً : المجابهة((Cnfomtion))

تبدأ المجابهة بالشروع في بناء الحبكة الفنية التي تمثل((نسيج القصة)) أو الهيكل العام لها ،يتم ذلك من خلال تسليط الضوء على الشخصيات الرئيسية والثانوية في القصة وتفسير الاحداث والمواقف التي تجسد الصراع الدرامي ، أذ تتضح صورة المشهد الحقيقية بعد رسم ادوار الشخصيات ووضع الاهداف الرئيسية والثانوية ، ثم يأتي بعد ذلك دور إيضاح العقبات والصعوبات، وأثرها في توليد الصراع ودرجة فعاليتهُ التي منها تبدأ إنطلاقة الفعل الدرامي المؤثر ، وهذه لامور تعد من المستلزمات الاساسية المهمة في بناء أية حبكة درامية، ومن ثم يسعى الكاتب بعد ذلك الى محاولة خلق الاثارة والتشويق ، لأن بناء الحبكة الناجحة يتطلب صراع درامي يتسم بالحيوية

والاثـارة ، وان أي صـراع لايمكـن أن يكـون ناجحـاً ومعـبراً مـا لم تتوفـر فـيه مجمـوعة مـن الافعـال الواقعـية المثيرة، لأن مـثل هـذه الافعـال تخلق تغيرات رئيسـيةوثانوية تحدث توازناً في العمل الدرامي ،إلا إن هذه التغيرات لايمكن أن تحـدث بطـريقة تلقائية ، وإنما في عملية تكاملية وفي ضوء عملية رقابة وترقب يـتم من خلالها محاولة إحداث التغيير ومن ثم إحداث الازمة ، و الازمة تعد الدعامة الاساسية التي تستند اليها الحبكة الدرامية ، ولأن الازمة تخلق توتراً وهـذا التوتر يلعـب دوراً مهمـاً في إحـداث الشويق والتنامي الحركي والجاذبية للـدراما ، ويمكـن القـول بـصفة عامة : إن ظهور الازمات يكفل خلق التوتر في الاحـداث الدرامـية، والتوتـر يـساعد على خلق الإثارة و تهيئة البيئة النفسية للمشاهد، الامر الذي يساعد في زيادة الإقبال على تلقي الدراما وتقبلها والاهتمام بها ومتابعتها ومن ثم التأثر بها.

تجدر الاشارة هنا الى إن ا لتعقيد يولد الازمات، وان الازمة الاولى تُنشِأ أزمـة أخـرى جديدة وهذه بدورها تنشيء أزمة أُخرى وهكذا تتوالى الازمات الى أن تـصل الى أزمة أخيرة تشكل مع بقية الازمات التعقيد الذي يسمى الذروة في العمل الفني، والذروة تمثل نقطة التوازن والتحكم في وحدة الحركة الدرامية (٦)

ومن ذلك يمكن إعتبار الذروة هي: النقطة التي تمثل اللحظة الحاسمة الـتي تحدد مصير الاحداث التي جرى تشكيلها في الحبكة، وهناك من يعرّف الـذروة علـى انهـا:((اللحظـة الـتي يكـون فيها الاهتمام على أشده وتكون عند الـنهاية أو علـى مقـربة منها ،لأن كل ما يليها إنما هي مشاهد ختامية تتصف بشيء من البرود.)) (٧)

ثالثاً: النهاية ((Resolution))

إن كـل تطـور أو تعقـيد في الاحـداث لابـد وان تكـون لـه نهاية، هذه الـنهاية تمثل الحل المقترح لعقدة الحدث ،وان نهاية الحبكة ينبغي أن يتجلى

فيها تعقد الاحداث ، وتكشف الدراما للمُشاهد طبيعة الصراع وما يدور وراءهُ من احداث يتحدد فيها الطرف المنتصر والطرف الخاسر في الصراع الذي تدور حوله القصة ، لأن الحبكة يجب إن تجسد الصراع بحيوية وواقعية وتبين اتجاهاتهُ بوضوح ، سيما وان كل صراع لابد وأن يدور بين قوتين، ولابد إن يكون له نهاية تكفل نتيجته بالرجحان لإحدى القوتين على الاخرى ، وفضلاً عن ذلك لابد إن تكشف النهاية عن حل مقترح لعقدة الصراع، وتؤدي الى إن يكتشف المُشاهد لمن ستكون الغلبة والرجحان،

وان أي تطور في الحبكة بعد ذلك سوف يخلق مشكلة ،لأنه لابد لأية مشكلة من حل في النهاية وحتى الحل فإنهُ قد يسهم في تطوير الحبكة .

فالكاتب عندما يقدم على كتابة النص، يجب إن يكون على دراية مسبقة بما سيحدث في نهاية القصة، وذلك جزء من طبيعة الكاتب ومن بديهيات عمله، وعندما يعرف الكاتب طبيعة عمله و يتقن اساليبه، فأنه من البداية سيضع العديد من المشاهد التي تمهد للنهاية وترتبط معها ، ولهذه الاسباب فان كل سيناريويكتب يجب أن تذكرفيه الاجزاء المكوّنة لمضمونه أو ما يسمى بالهيكل العام للسيناريو.

وعلى هذا الاساس فإن كل سيناريو يجب أن يحتوي على المكونات الاتية :-

١- الصورة ((Picture)) وتعد العنصر الاساس للانتاج الفني المرئي وتستلزم توفر المتطلبات الاتية :

أ- السرد القصصي .

ب- الاكسسوارات الثابته ((Props))

ج- الاكسسوارات المتحركة ((Object))

٢- الصوت ((Sound)) وهو العنصر الاساس في الانتاج الفني المرئي والمسموع، يستلزم توفر المتطلبات الاتية :

أ- الحوار ((Dialogue))

ب- المؤثرات الصوتية ((BackGroundlloises))

ج- الموسيقى التصويرية. ((Music))

المشهد :((Seena))

المشهد هو ذلك الجزء المتحرك الذي يعكس المضمون في البرنامج التلفزيوني المصور بواسطة كاميرا ((بنظرة واحدة)) خلال عملية إستمرار الكاميرا بالعمل؛ وان لقطة المشهد لها بداية و لها نهاية ، أو هو حركة الفيلم في الكاميرا السينمائية من لحظة إنتقال الكاميرا لتصوير الحوار الى لحظة توقفها عن العمل ، ويتكون المشهد من لقطات متعددة تبدأ من لقطة ذلقطتان فأكثر ، وان طول المشهد لايتحدد بأية مستلزمات مادية ، إلا انه يتحدد بالضرورات التي تستوجبها اللقطة ، وبذلك يمكن تصور اللقطة بنهر متدفق لاينقطع من التصورات المتلاحقة، ولكن مشاهد الفيلم أو التمثيلية أو المسلسلة تمثل بعض الحوارات والحوادث المهمة والمتواصلة ،التي تمثل قصة الفيلم أو التمثيلية أو المسلسلة .

والحوار عبارة عن قصة تحكى فيها بعض المشاهد وبعض المشاهد لايحكى فيها شيء، فالمشاهد التي يحكي فيها هي التي تظهر بشكل مشاهد مصورة ؛والجزء الذي يمثل مشاهد لايحكي فيها شيء، تحدث بشكل تصور وجداني بين المشاهد وذاته، وبذلك يمكن تعريف المشهد بأنهُ : جزء من القصة تحدث فيه أحداث معينة، وكل حدث يحدث في مكان معين وزمان معين ، وبالتالي فان المكان والزمان يعدان عنصران في غاية الاهمية لدى الكاتب عندما يحدد المشاهد التمثيلية في السيناريو . ورغم ذلك كله فان الكاتب قد لايرتبط

بـزمان ولابمكـان ، لأنـه يستطيع أن يقدم أو يؤخر بحسب مقتضيات النص ، فمن أجـل إن يرسم خواطر شخصية من شخصياتهُ التي يكتب عنها، يستطيع أن ينـتقل الى أمـاكن عديـدة دون أن يـستقر علـى مَـشهد معـين، لأن المَـشهد التلفزيونـي ا والـسينمائي لايـتحدد بما يتضمنهُ من حركات ولا بدخول الممثلين وخروجهم ، ولكنه يتحدد بتغيير المكان والديكورأو بانقضاء فاصل زمني ، فاذا قطعـنا التـصوير عـن حفلة وانتقلنا الى رجل ينام في منزلهِ، فلابد أن تعتبر هذه اللقطة لوحدها مشهداً، على الرغم من عدم تغيير أشياء كثيرة، ولكن السبب في ذلك يعود الى اننا غيرنا المكان ، ومن الضروري البدأ بصفحة جديدة بعد كل مـشهد ، حتي وان كان المشهد قصيراً جداً ، والمَشاهد المنفردة تقسم الى مشاهد مصورة بدون قطع .

ويرمـز للمـشاهد المـستمرة أو المتواصـلة ((Einstellungen))، ويعـني بـذلك مـشاهد التـصوير التي يـتم تـصويرها علـى نحو متواصل وتبرزكل زاوية جديدة ((مرمى النظر)) لآلة التصويربوصفها مشهداً متواصلاً في السيناريو بعد أن يطرأ قطع في تصوير ا للقطة ، وترقم المشاهد الاعتيادية واللقطات المتواصلة على شكل مراحل.

جدير بالذكر إن المشاهد المتواصلة تقسم الى فقرات منفردة و تنقسم الى قـسمين الاول يـصف الحـدث بأجـزائه المختلفة، والقسم الثاني يقدم شروحات للمشاهد من أجل الحصول على نظرة عامة مفصلة عن تلك المشاهد .

ولابـد مـن وصـف التوجـيهات الخاصـة بالجانـب الايمن من الحوار وصـفاً دقيقاً من خلال إبعادها عن النص المتبقي ، وفضلاً عن ذلك يجب وضع خطـوط تحـتها للتأكـيد علـيها، أمـا التوجـيهات الخاصـة بالاصوات العالية وبالموسيقى التـصويرية على الجانب الايسر ، فيجب عزلها ايضاً عن الحوار، وقد ثـبت أنـه مـن الافـضل والانـسب حـصرها بين قوسين أو إن تضع تحتها

خطوط ايضاً من اجل فصلها عن الحوار ، ويفضل ترك فراغ عند الحافة اليمنى للصفحة ، وكذلك فسحة صغيرة بين نصفي المشهد ((الصوت والصورة)).

كيفية كتابة السيناريو:

عندما يقوم السيناريست بكتابة السيناريو لفيلم أو تمثيلية أو مسلسل، فلا بد لـهُ من اختيار عنواناً معبراً لبرنامجه ، ومن ثم يشرع في كتابة ملخصاً للموضوع أو الفكرة، وينتقل بعد ذلك الى إعداد قائمة بالشخصيات من الممثلين، ثم يضع بعد ذلك المشاهد الداخلية والمشاهد الخارجية .

وفيما يلي موجز لكافة هذه المحتويات التي يشتمل عليها السيناريو :- (٨)

١- العنوان : يكتب العنوان في صفحة واحدة - مشتملاً على اسم المؤلف وكاتب السيناريو والمنتج واسم الشركة المشرفة على الانتاج .

٢- الملخص : يتألف من موضوع السيناريو الذي يتكون عادةً من سطر أو سطرين بهدف إختصار الزمن ، ومعرفة ما إذاكان الموضوع صالحاً للإنتاج أو غير صالح و التأكد فيما إذا كان الموضوع سبق إنتاج عمل مشابه له أم لا، وللوقوف على مدى اهميته للجماهير ومستوى الإهتمام به.

٣- قائمة الفنانين أو الاشخاص المنفذين : توضع في قائمة منفصلة، تتضمن وصف موجز لكل شخصية في الفيلم أوالبرنامج، تبقى بمثابة و مرجع لدى المخرج يرجع اليها عند اختيار الممثلين وتوزيع الادوار التي يتطلبها العمل الفني .

٤- المشاهد: تقسم المشاهد الى قسمين ،أما مشاهد داخلية أو مشاهد خارجية، فالمشاهد الداخلية هي: المشاهد التي يتم تصويرها داخل الستوديو، أما المشاهد الخارجية : فيتم تصويرها خارجياً في الطبيعة أو في مسرح الحدث الذي تدور حوله القصة، وغالباً ما تكون مستوحاة من خيال الكاتب .

الفصل الثاني

فن الحوار في الإنتاج الاقناعي المرئي والمسموع

طبيعة الحوار، النشأة والتطور:-

الحوار نمط من أنماط التعبير، تتحدث به شخصيتان أو أكثر يتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والافصاح — وهو الطابع الذي يُتَّسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الاهتمام باستمرار.(٩)

ويشتمل الحوار على نسب موزونة في المضمون ومنظومة من الايقاع ، وان موضع الاتزان والإيقاع في الحوار يكمن في علاقة الفقرة بالفقرات الاخرى ، وفي ثنايا كل فقرة تكمن العلاقة الإيقاعية الموزونة، بين الكلمة والكلمة الاخرى وبين الكلمة والجملة في المشاهد والفصول، التي يراعي في نظمها ضبط الإيقاع الموسيقي ، وحتى إذا زاد شيء ما عن حدّهُ قليلاً أضرت تلك الزيادة بالايقاع الكلي، وشوهت إتزانهُ ، ويحدث الشيء نفسه في حالة حذف أي شيء .

إن صوت الحوار ووقعهُ في النفوس لهما أثر بالغ في تقويم العمل الفني، لأن للكلمات وزناً ولحناً وجرساً يضفيان حساً رومانسياً على الحواس الانسانية عن طريق الحوار، خاصة وان جمل الحوار لاترضى عنها العين ولاتستطيع بها الأذن، إلا إذا أُخِذَ في الاعتباركافة هذه الامور .

ويرى جورج برنارد شو،في تعليق له عن الحوار الادبي :إن كُتاب الحوار يجب أن يتميزوا بما كان يتميز به ((شكسبير)) من ذلك الاحساس السريع الفائق بموسيقية الكلام وحلاوة النطق ،لقد كان يتلقط شيء من شوارد الكلام من الكتب ومن أحاديث الناس في زمانه ثم يجسدها في أعماله. (١٠)

إذ يرى بعض المتخصصين إن الحوار الجيد، هو الذي يجب أن لايكتب من أجل الجمال الصوتي فحسب، وانما لكونه حوارا معبراً، يتمثل هذا النوع من الحوار فيما حسن تركيبه وسهل قوله وأتضح معناه وعَبَّرَ تعبيراً ملائماً عن المعنى المراد به ،إذ يجب التضحية بزخرف الكلام وانّاقته من اجل

المعنى ، فقد كان ((سومرست موم)) يفضل الكلمة القوية المحدودة المعنى في الحوار، على الكلمة ذات الجرس والرنين. (١١)

وإن آفة الحوار التي تقضي على حيويته هي الاطناب ، فما أسهل أن ينسى الكاتب نفسه في الاسهاب والاسترسال ، فيترك شخصياته تتحدث كثيراً أو تندمج في حديث لاطائل منه في الوقت الذي يجب إسكاتها فيه ،لأنها حينئذ تخرج عن موضوع الحوار وتتعدى الحدود المرسومة لها فتضعف قدرتها على الإقناع.. لذي يجب على المؤلف أو كاتب النص أن يكون متيقظاً لايسمح بالخروج عن النص والحديث خارج الموضوع، وأن يرشد الكلمات بحيث يضع كل كلمة في مكانها من اجل أن تأخذ دورها في عرض الاحداث ، أو تصوير الشخصيات مدركاً إن الايجاز في استعمال الكلمات هو الاساس في قوة الحوار وحيويته ، لأن الحوار ينبغي إن لا يكون صورة من الحديث اليومي، وإنما يجب أن يبنى على نظام دقيق من الرموز والاشارات المعبرة بوضوح عن المضمون.

إذ ترى كاتبة الحوار ((جانيت واينر)) إن أفضل حوار درامي يجب أن يتصف بالبساطة والوضوح والجمل القصيرة المتجانسة تتخللها في بعض الاحيان جمل طويلة ،و تضيف قائلة : الأولى لكاتب الحوار أن يقوي طبيعة الحوار، من خلال مراعاة توقيت كل عبارة فيه بدلاً من الاهتمام بالصورة الشكلية للمحادثة ،وان يختار الكلمة المعبرة التي لايمكن إن يغيرها أوان يحل محلها أية كلمة أخرى ، فالحوار الجيد ينبغي أن لاتكون غايته أن يحكي المحادثة حكاية طبيعية ، انما أن يقدم في ثوب المحادثة ما لايوجد في المحادثة ، فسيكون مسلياً ومشوقاً ، لأن المحادثة المكررة في عباراتها الغامضة في معانيها غالباً ما تكون مملة ، أما الحوار الجيد فيخضع لإعتبارات عديدة على درجة عالية من الاهمية (١٢)

من بين هذه الاعتبارات : البيئة التي يُكتَبُ فيها والبيئة التي يُكتَبُ عنها وطبيعة الجمهورالذي يخاطبهُ ونوع العمل الفني الذي يروم تقديمه .. الخ

كما إن الحوار يفترض إن لايكون مجرد رصف كلمات، وانما نصوص منظومة بتوافق مع طبيعة المستمع والمشاهد ، والحوار ليس حديثاً بين شخصيات من أجل الشخصيات والاحداث فحسب ، ولكن من أجل ا لمستمع والمشاهد ،وهذه الاعتبارات تغير من تعريف الحوار، وهذا ما جاء به ((روبرت أس جرين)) الذي فرق بين المحادثة العادية والحوار ، إذ يقول في المحادثة العادية : انه لايوجد شخص ثالث ويقصد به المتلقي فكلماتي تتجه اليك وكلماتك تتجه اليّ فكل منا يكلم الآخر والدائرة مغلقة .

ولكن حين تتحدث شخصية الى أخرى في الحوار، هناك شخصيه ثالثة هي المستمع أو المشاهد الذي بوجوده تكتمل دائرة الاتصال، باعتبار المتلقي مستمع كان أو مشاهد يمثل طرف ثالث صامت يسمع ويشاهد كل شيء يقال ويعرض ، وقد يكون وجود الشخص الثالث لهذا الغرض بالذات عندما يرتاد المسرح أو السينما أو يقصد مشاهدة برنامج درامي من شاشة التلفزيون.

حيث يظهر من الحوار انه يوجه من شخصية الى أخرى، ولكن في الحقيقة إن كل كلمة تلفظ توجه الى إذن المستمع وكل صورة تعرض توجه الى بصرهُ ، وان هذه الحقائق تغيّر من تعريف الحوار، فبدلاً من معناد القديم الحديث بين إثنين ((between))أصبح الحديث خلال((Through))، ولكن يجب أن لايعرف الجمهور انه هو المقصود بهذا الحوار، فجزء من عمل الكاتب هو أن يجعل الحديث في ظاهره يدور بين الشخصيات الفنية، حتى لايحس المستمع والمشاهد بأنه هو المقصود أو إن الحوار موجه له بالذات .

إذن على الشخصيات إن تسلك طريقها في الحوار على وفق الادوار المحددة لها بحيث لاتلقي بالها الى الجمهور، وعلى الممثل إن يتصرف بعفوية

تامـة وواقعـية وكأنـهُ يتصرف وفقاً لمجريات الحياة العادية ، وان يتصرف مع الممثلين الاخرين بصورة تقليدية فتظهر الشخصيات تتحدث الى بعضها دون أن تركـز إنتباهها الى الجمهوربأي شكل من الاشكال وكأن الجمهور غائب أو كان بينها وبينه حجاب يسمونه فنياً بالجدار الوهمي ، وهو ما يقدر انه يفصل بين الممثلين والجمهور، إلا إذا تعلق الامر بالاتجاه الى الجمهور ومحادثته .

وظائف الحوار:

يقـول تـشارلس مـورجان معلقـاً علـى وظائـف الحـوار إن الاستعمالات الرئيـسية للحـوار ثلاثـة : تطويـر القصة وتصوير الشخصية ومحاولة خلق جو نفسي أو حالة ارتياح واستمتاع للمستمع والمشاهد .

وهـناك وجهـات نظـر تـذهب باتجاهات أخرى عند تصنيفها لوظائف الحـوار ، فعلـى سـبيل المـثال نـرى ((روبـرت جرين-RobertGreen)) يحدد وظائف الحوار أياً كانت وسيلتهُ بالنقاط الاتية :-

١- تزويد الجمهور بالمعلومات المعارف.

٢- العبير عما تنطوي عليه العواطف.

٣- تطويرالحوادث حتى تفضي الى العقدة في العمل الفني .

وهنا نجد وظائف مختلفة عما كان يراه مورجان إذ لم يقتصر الامر عند هذا الحد، وانما تتعدد وتتشعب وجهات نظر المتخصصين بهذا الموضوع ، فمن وجهـت نظـر مغايـرة ، نجـد روجـرم بـسقلد يـضع وظائـف أخـرى مخـتلفة للحـوارقد تقـترب أو تبـتعد قـليلاً عـن سـبقوه في هـذا المجال حيث يلخص وظائف الحوار بالاتي:-

١- السير بالعقدة الى اكتمالها من حيث تقدمها أو تدرجها وتسلسلها .

٢- الكشف عن الشخصيات من خلال أدائها.

٣- المساعدة في تنفيذ العمل الفني أثناء عملية الاخراج.

نـري إن تحديـد بسفيلد لوظائف للحوارجاء شكلياً لأنه يرى إن وظائف الحوار لاتـتعدى التعـريف بالشخـصيات والـسير بالحـوار مـن اجـل بلـوغ العقدة ويـسّهل من إخراج العمل الفني ، وانه يؤكد في مواضع عديدة من كتابه ((فن الكاتـب المسرحي للمسرح والاذاعه والتلفزيون)) انه لايمكن فصل الحوار عن طبيعة الوسيلة التي تقدمهُ .

فـإذا كان الحوار يؤدي هذه الوظائف أداءاً كاملاً بمفرده : فإنه يؤديها مجـزأة أو محـددة تحديـداً قياسياً بقدر ما يؤديها كلها في الوقت ذاته ، فقد يرسـل الكاتـب عبارة مـا على لـسان شخـصية من الشخصيات ، فإذا العبارة محملة بمخـتلف المهـام : اخـبارية يحادثـه فيها وتكوّين لشخصية وخلق جو وتطوير للقصة ... الخ

والحـوار الجـيد ذو الحيوية لايقف ساكناً ولا راكداً لكي يحلل ويملل، بـل هـو الحـوار الموجز بكلمات قليلة ومحمل بمعاني ودلالات كثيرة، تعكس المضمون الاتصالي لجمهور وسائل الاتصال (١٣)

الحوار والتعريف بالشخصيات :

إن دراسـة الشخـصية بـصورة شـاملة أمر ضروري لكاتب الحوار،حتى يـتمكن من أن يكـتب عنها حواراً ناجحاً معبراً عن الواقع الحقيقي لمجتمع وسائل الاتصال، فكثيراً ما و قف بعض الكتاب أمام شخصياتهم متأملين ناقدين ومحللين طبيعة تلك الشخصيات، وكيفية اجادتها لأدوارها في الاعمال الدرامية التي نفذتها ، ان كشف الحوار للشخصية ومراحل تطورها يعد سـمة بارزة من سمـات الحوار التمثيلي، والفرق بين الحوار الذي نقرأه في المحاورات الفلسفية والحـوار التمثيـلي هـو : إن الحـوار الفلـسفي يهدف الى الكشف عن الفكرة في ذاتهـا ، أمـا الحـوار الدرامـي فيهـتم بالكـشف عـن الشخـصية الفنية ومراحل تطورها والتي بأكتمالها تكتمل التمثيلية .

فالحوار حركة تمل بالشخص نحو الاكتمال خلال مراحل التجربة ، وليس حركة بالشخصية التي جيء بها مقدماً من أجل إبرازها ، والحوار لايكشف لنا عن طبيعة الشخصية من الناحية الاجتماعية والمادية والنفسية ، بقدر ما يكشف عما وراء هذه الابعاد الثلاثة من ملامح تؤثر في مقومات الشخصية ، كما إن الحوار لا يعرفنا بالسلوك الذي يرسم ملامح الشخصية فحسب ،وإنما لندرك لماذا أقدمت هذه الشخصية على هذا الفعل دون سواه، ويلمح الى ما سيصير اليه الامر في نهاية المطاف.

والحوار الجيد هو الذي يعبر بصدق عن جوانب الشخصية في إطارها الاجتماعي لا في إطارها الفردي ، كما تفعل القصيدة الغنائية ، اذن فالحوار يصور لنا الافراد وكأنهم وحدات من مجتمع لا كأفراد استقلوا بوجودهم ، والحوار لايصور لنا فرداً واحداً ، بل يصور لنا أفراد يتفاعلون ، والكاتب الذي ينطق بأسم الشخوص ويحركهم لايعبر عن وجدان ذات واحدة ولاينحصر في ذات واحدة و لا في تجربة واحدة دون سواها ، وإنما يعبر عن وجدان ذوات مختلفة وقد تصارعت وتضاربت ، كما يعبر عن تجارب يصطرع فيها الفرد بفعل الآخر ، وتشتبك فيها أفعال جماعة إنسانية باعتبارها وحدة من مجتمع، يتكون من أفراد يتغنى كل فرد منهم على حدة في الافصاح عن ذاته .

ومهمة الحوار ليس في أن يروي الكاتب ماحدث لأشخاص قصته ، ولكن مهمته في أن يجعل أشخاصه يعيشون حوادثهم أمامنا مباشرةً دون وسيط، وإذا أدى الحوار هذه المهمة، فإن مهمة الكاتب لم تنتهي بل عليه أن يلمح الى ما سيصير اليه أمرهم، من خلال سرد الدوافع والمبررات المتعلقة بالسلوك ، فالكاتب القصصي قد يخصص فصلاً كاملاً لكل شخصية ويكون متحفزاً ومستعداً لشرح شخصياته وتسليط الضوء عليها .

ولكن في العمل التمثيلي يجب أن تنتقل كل حقيقة أو فكرة على لسان واحد يقولها، ومن المشاكل في العمل الدرامي هو حوار الشخصيات، ومدى ملائمته للعمل الفني من ناحية و للواقع الإجتماعي من ناحية أخرى ، وفضلاً من ذلك فأن مستوى حوار كل شخصية من الشخصيات يجب إن يكون مناسباً لأغراض التمثيل ومتطلباته من حيث الحركة والاختلاف والتنوع ، وذلك لأن حوار الشخصيات عن نفسها في بداية الصراع يختلف عنه في نهايته، بحيث يتم إعطاء الكلام الفردي خصائص معينة تميز الشخصيات بعضها عن البعض الاخر ، فكلام الناس في الحياة العادية من الوسائل التي تدل على حالاتهم الاجتماعية وأوضاعهم الجديرة بالاعتبار، والتعريف بالشخصيات يجب أن يتم في التمثيلية بطرق غير مباشرة من خلال الحوار الذي يتم بين الشخصيات ذاتها ، لذلك فإن العديد من هذه الشخصيات تكافح كفاحاً شاقاً لكي تكون تصرفتها طبيعية من كافة الوجوه، ودون الرجوع في ذلك الى الوسائل القديمة، من نجوى فردية ،أو احاديث جانبية أو خطابات يقرؤها الممثلون بصوت مرتفع ، وكأنهم يقرؤونها لأنفسهم. (١٤)

الحوار والأحداث:

التمثيلية سلسلة من الحوادث والمواقف يتبع بعضها البعض ، وغالباً ما تهتم الاشكال الفنية المختلفة، في أن تعرض علينا تلك الحوادث والمواقف المختلقة في صور أوضح وأدق مما هي عليه في الحياة اليومية ، والحوادث إنما تحدث نتيجة صراع بين الشخصيات ، إذ ليس هناك تمثيل دون صراع ، والتمثيلية إذا ما سلمنا بأنها نشاط يتسم بالحركة، توصلنا الى إنه لابد من حوادث تحدث، نتيجة لمجموعة الافعال التي تؤدي بدورها الى حدوث صراع، ويستمر هذا الصراع حتى يصل الى العقدة التي تمثل ذروة العمل الفني .

ويمتاز الأدب التمثيلي بأنه فن متنوع الاغراض ، يستخدم الكلمات والمناظر والموسيقى وحركات الممثلين أداة للتعبير عن مضامينه ، وقد تحتل الكلمات في بعض التمثيليات دوراً أساسياً وفي بعضها الآخر دوراً ثانوياً، بحسب نوع وطبيعة العمل الفني، وفي ذلك يقول((بسفيلك)) الذي سبقت الاشارة اليه: إن الفعل بمفرده ليس له معنى إلا بقدر محدود ما لم يصحبهُ حوار حاد يتسم بالحيوية ، بحيث لاتطغى فيه المشاهد والمناظر على الحوار، بإثارتها لإنتباه المتفرجين، لدرجة تصرفهم عما كان وما قد يكون من أحداث . وفي الصدد ذاته تجد إن ((ديفيد بلاسكو)) يصر على ضرورة قيام علاقة متزنة بين المناظر والحوار، وفي هذا النوع من العلاقة التفسيرية يكمن الفن الحقيقي الاصيل، الذي يجب أن نحصل عليه من عمليات الانتاج المسموعة والمرئية ، لان من شأن أعين المتفرجين أن تتطلع الى هنا وهناك في صور المناظر التي تقع عليها أبصارهم فتصرفهم عن مغزى الحوار وما يهدف اليه .

لذلك فإن التمثيلة ينبغي أن تجسد الاحداث مثلما تقع على أرض الواقع وعلى وفق تتابعها الزمني، بحيث يظهر كل صراع على انه نتيجة لما قبله ومقدمة لصراع أقوى وأكثر تعقيداً من سابقاته، وهكذا تتحرك التمثيلية أو العمل الدرامي مدفوعاً الى الامام، ليس باتجاه التعبير عن الشخصية ذاتها ، وانما بأتجاه التعبير عن الحوادث والوقائع والمواقف ، وبذلك يتشكل الحوار وفقاً للإحساس الذاتي الذي يتولد من كل موقف و مشهد . (١٥)

الحوار و مشكلاتهُ .

من أهم المشكلات التي واجهها كتاب المسرحيات القدامى، هي الواقعية في الحوار، من خلال جعل الشخصيات تتحدث بمصطلحات ملائمة،غير إن الكلام الواقعي اليوم يجب أن يعكس بقدر الإمكان الفروق في المزاج وفي الثقافة .

ففي تراجيديات شكسبير، نجد إن كلام الشخصية الرئيسية يشبه الى حد كبير كلام أي شخصية اخرى ثانوية، فعندما يتحدث هاملت وروميو وجوليت بالأسلوب الرومانسي اللطيف ، يتحدث حفاري القبور شيئاً اخر مختلف كثيراً، فشكسبير يفرق نوعما بين شخوصه الكوميديين وشخوصه التراجيديين، تتضح هذه الفروق في نوعية الحوار الذي تجده يدور بين كل من مارجياتكس واليكسي وبركهس، وبين كانديرا وبروسي في مسرحية برنادشو ، فمن الواضح انك يجب إن تعطي الممثلين حواراً سهلاً، تتجنب فيه الحذلقات اللفظية والجناس المعقدة، وان لا تكرر الكلمة نفسها في الجملة الواحدة أو الجملتين، ما لم يكن التكرار يفيد التأكيد على شيء ما، ويجب إن تستعمل كلما ت بسيطة، ما لم تود اظهار إن الشخص رجل ذو معرفة واسعة واطلاع بإ تزان ، وليكن كل كلام له علاقة بالكلام الذي سبقهُ، ما لم ترغب في الاشارة الى إن الشخص خجول أو شارد الذهن مشغول عن نفسه .

إن حيرة الكاتب المسرحي الواقعي يمكن التعبير عنها مثلما يصورها الكاتب ((آرفاين)) بقوله : على الكاتب الدرامي إن يرفع من مستوى الكلام الاعتيادي الذي يكتبه ويعمق من مساراته ، ومع ذلك يتركه يبدو كأنه كلاماً إعتيادياً، ولكي يحل هذه المشكلة عليه إبقاء حديثه طبيعياً ذكياً وحيوياً كأنه من نماذج الحياة اليومية ،إلا أنه موشحاً ببعض المظاهر الفنية .

إن تاريخ الدراما الشعرية المنطوقة بالانكليزية في المسرح الحديث هو تاريخ غريب ، لأن مخرجين وممثلين مشهورين في لندن ونيويورك أخرجوا عدداً من المسرحيات من تأليف الشاعر الانكليزي ((ستيفن فيليبس)) والامريكي ((بيبرسي ماكاي)) في مستهل القرن الماضي ، هذان الكاتبان كانا متأثران بالنمط الذي كان سائداً في القارة الاوربية ، غيرإن مسرحياتهما لم تحقق نجاحاً كبيراً في ذلك الوقت.

لذلك يمكن إعطاء الحق لشيترون في أدواره حينما كان خائفاً من عدم ثقته بنفسه في إخراجه لمسرحيته القرية ، إلا أنه غير تكنيكه في عامي ١٩١٨م ١٩١٩م في إخراجه لمسرحيته سام بنيلي ا لمسماة ((LacenedelleBeffe)) التي كانت بعنوان ((المزاح)) ، فعلى الرغم من انه كتب الحوار شعراً حراً بلا قافية فإنه ضمن ذلك الحوار كلام نثري إعتيادي لو قرأت أي سطر فيه وتأملت لأحسست بضربات لإيقاع واضحة في الحوار. (١٦)

فن الكتابة من السيناريو وخلال الحوار:ـــ

الخطة قبل الكتابة :- إن أعظم خطأ قد يقع فيه الكاتب المبتدأ في مستهل حياته في الكتابة لوسائل الاعلام المرئية والمسموعة وبخاصة الكتابة للتلفزيون :هو أن يخوض غمار الحوار متسرعاً وهو لايملك من أمره شيء إلا فكرة عامة عن الهدف الذي يقصده أو يرم الوصول اليه ، وحتى إذا كان يعرف الشخصيات لرئيسية التي ينبغي إستخدامها ، والمشهد الاول الذي يروم رسمه، وبعض المواقف في الطريق نحو الذروة التي من المفترض الوصول اليها ، ونهاية المسرحية ، فإنه غير قادر على أن يبدأ كتابة مسودته الاولى.

فقبل أن يدون كلمة واحدة من الحوار عليه أن يمتلك موجزاً شاملاً يغطي كل مشهد من مشاهد مسرحيتهُ ، وسيناريو مكتوب بأدق التفاصيل ، وفي ذلك يقول أحد كتاب السيناريو المدعو ((آرجر)) السيناريو هو الهيكل العظمي في معنى من معانيه ، كونه العنصر الاساس في الكائن البشري الذي بإمكانه أن يحافظ على كيانه ويستمر في الوجود ، وان يحافظ على شكله بمساعدة قليلة إذا ما جرد من اللحم والدم والعصب ، بينما الانسان الذي يخلو من العظام يكون عبارة عن كتلة عديمة الشكل لاتعدو أن تكون أكثر من ((قنديل البحر)) السمك الهلامي .

فالسيناريو بمثابة الهيكل العظمي للبرنامج في العمل الفني ، لأنه الاساس الطبيعي الواضح للأداء الدرامي ،و لكن يبدو إن المسرحية أو أي برنامج فني مرئي أو مسموع فن معقد بحاجة الى هيكل عظمي، تجسده السيناريو التي عادة

ما تتضمن قصه تشتمل على عقدة تمثل مركز الحوار وذروته ، إلا إن الحبكة الدرامية يجب أن تكون مرتبة ومنظمة تتضمن أدق التفاصيل وأكثرها أهمية ، ولمعرفة فيما إذا كانت المسرحية مؤثرة أم غير مؤثرة ، تستطيع بواسطة السيناريوا المتكامل الذي يضمنه المؤلف لحبكة تتصاعد أحداثها بشكل متناسق ومتجانس وبإسلوب درامي مشوق ، بحيث تجعل المشاهدين يهتمون بمشكلات الشخصيات الفنية ويتابعون تفاعلاتها باهتمام بالغ ، والتي قد تنتهي بالتوصل الى حلول منطقية وواقعية ترسخ بعض القناعات العاطفية لدى الجمهور.

فإذا بدأت الكتابة قبل الخطة التي ترسم الحدث وتجسده بتفاصيله الدقيقة ، فإنك سوف تجد إن المسرحية أكثر تعقيداً مما تتصور ، وإذا إنتهيت من الفصل الأول ودخلت الى الفصل الثاني فستجد إنك يجب أن تعود لتبدل مشهداً أو مشهدين من الفصل الاول، كما ستجد إنك تبتعد كثيراً عن حبكتك التي كتبتها وإن هناك شيئاً إضافياً تريد أن تقوله إحدى شخصياتك ، أو قد يخطر ببالك مشهداً جديداً ومثيراً يتطلب مراجعة خطة الحبكة كاملةً ، وصولاً الى تلك النقطة التي ترى إن يبدأ منها التعديل .

وفي هذا الشأن ذكر ((روبرت أردري)) مؤلف مسرحية ((الصخرة الرعود)) إنه واجه مثل تلك المتاعب عند كتابة أول مسرحية له من دون إن يكتب لها سيناريو، لذلك فإنه كتب الفصل الاول ثلاثة عشر مرة ، والفصل الثاني تسع مرات ، والفصل الاخير ثلاث مرات .

فعلى الرغم من إن عدد مرات الاعادة بدأت بالتناقص عند المقارنة بين عدد مرات الاعادة بين الفصل الاول والاخير نتيجة لتنامي خبرة الكاتب التي بدأت تتبلوربشكل واضح ، إلا أنه لابد من الاشارة الى أن مباشرة العمل الفني من دون تخطيط يبدو وكأنه نهاية للكاتب .

فضلاً عن انه يسلب النص الفني حيويته ويحطم إرادة الكاتب ذاته ويفقده الثقة في نفسه مما يعيقه عن الاستمراروالتواصل مع الكتابة .

وبذلك نصل الى إن الكاتب الذي يعارض تطور السيناريو عادةً ما يبرر كسله بقوله : إن ذلك سوف يدمر حيويته وعفويته وخياله ، وقد يكون ذلك صحيحاً بدرجة معينة ،إلا أن ذلك لايعد مبرراً كافياً إذا ما قورن بالقوة الدرامية وأهميتها الفنية والاقتصادية ، فضلاً عن إن ذلك يؤدي الى حسن تخطيط كل مشهد تمثيلي ، وكلما إزداد الكاتب الدرامي مهارة ، وجد أنه يستطيع العمل بكفاءة عالية وبإسلوب أكثرُ إيجازاً وأقل تفصيلاً، وقد يجد إن عليه أن يضع الشخصيات على الورقة الرئيسية فقط ويتابع المشاهد وهو يحمل في ذهنه مقداراً كبيراً من التفاصيل وهو يمضي في عمله المعتاد .

وقد لخص ((كولاوني)) في القرن الثامن عشر طريقته الخاصة بكتابة السيناريو،إذ كانت لخطوة الاولى لقيامه بعمل ملخص هو تجزئته للملخص الى ثلاثة أجزاء رئيسية – المدخل أو العرض والمجاز الى الحبكة والحدث الاخير ، والخطوة الثانية تتكون من توزيع الحدث بين الفصول والمشاهد ، أما الخطوة الثالثة فتمثلت في وضع الحوار للربط بين الاحداث وجعلها أكثرُ إمتاعاً ومن ثم وضع الحوار العام لمجمل العمل الفني .

ويعترف الكاتب إنه كان قادراً على ربط خطوات هذه العملية بإحكام، غير إن ذلك لم يكن إلا بعد أن بلغ ذروة قوته وخبرته من خلال كتابته العديد من المسرحيات والاعمال الدرامية .

وهنا لابد من التنبيه الى إن فن السيناريو لايعني تحنيط القصة بحيث ان كل شيء فيه يبدو جامداً ،وأنما هو عمل فني يتصف بالمرونة ، لأن السيناريو نفسه يمكن إعادة كتابته وتنظيمه كلما ظهرت أفكار ومواقف جديدة، وعند ذاك عندما يقوم الكاتب بكتابة الحوار سيجد فرصاً جديدة لتطوير الموجز الذي يكتبه وبث الحيوية فيه

نماذج تطبيقية

((المنكتون - جيمز بروم لين))

سيناريو وحوار تمثيلية تلفزيونية

ملخص التمثيلية : تدور أحداث هذه التمثيلية بين شابين متحابين حول سبل التفاهم في الصراع الأزلي بين الجيل القديم والجيل الجديد ،وكيف إن السعادة تكمن في محاولة فهم الشخص لصاحبه منخلال المشاهد الآتية : (١٧)

المشهد الأول :

الشخوص-

هاري- شاب في مقتبل العمر

لو- فتاة في العشرين من عمرها

صاحبة البيت – برنيه الثرثارة

جابي التذاكر – موظف سلك حديد قديم

الحدث

لقطة كاميرا، ١

تفتح الكاميرا على هاري ولو ، وهما جالسان متوتران ، قبالة بعضهما البعضفي عربة القطار .

لقطة كاميرا ،٢

تتحرك الكاميرا من أجل اخذ لقطة مقربة لدى (هاري) وهو يخرج كيساً ورقياً صغيراً من جيبه،يخرج خاتم خطوبة .

لقطة كاميرا ٣،

تـصور الكـاميرا (لـو) وهـي تضـع الخاتم في أصبعها، تتراجع الكاميرا لتسجل تعابير وجهيهما – إبتسامتين، قبلتين . ينزل(هاري) حقيبة ملابس(لو)

هاري: لقد وصلنا.

لو: (تحاول أن تبدو مبتهجة) ألم تستغرق بناالرحلة طويلاً .

لقطة كاميرا،٤

يبهت المشهد السابق ليحل محله بصورة تدريجيةمشهد-قطار يدخل المحطة .

ينزل (هاري) و(لو) حاملين الحقائب ،يسلمان التذاكر الى الجابي .

الجابي ... يخبو تدريجياً .

لقطة الكاميرا ١،

(هاري) و(لو) يذهبان الى منزل في المدينة ليسكنا فيه ، ثم يتوقفا عند منزل في بداية الطريق المؤدي الى المدينة (هاري)- يطرق باب المنزل .

صاحبة المنزل – تفتح الباب – أهلاً وسهلاً بكما في بيتي.

(هاري) – شكراً .

(صاحبة البيت) –هل تريدان غرفة للسكن ؟

(هاري) – نعم .

(صاحبة المنزل) – تفضلا من هنا .

كاميرا،٢

تصوير من الداخل ،بيت قديم فيه أثاث رديء والبيت مظلم .

تـصور الكـاميرا الباب الذي ينفتح لتدخل صاحبة البيت ، يتبعها (هاري) و (لو) يتفحصان المكان بشيء من الريبة.

(صاحبة البيت) – (نشاط) سوف تجدان هذا المكان هادئاً ومريحاً ، ولن تجدا مشاكل، وسوف تحبان كل شيء، هناك دورة مياه لكل ثلاث غرف نوم.

- وهذا غير متوافر في كثير من البيوت — وحمام لكل طابق

(هاري)— شكراً جزيلاً — إنها جيدة على أية حال هل تعجبك يا (لو) ؟

- تومي:(لو) برأسها إيجاباً غير أنها تبدو ليست متأكدة ولاسعيدة

- لأنها ليست مثلما كانت تأمل .

صاحبة البيت — سأنزل إذن ...

وإذا أردتما التفسح قليلاً قبل العشاء ،يمكن أن تنزلا في الطريق المقابل لنا، إستديرا يساراً عند المنخفض ثم إتجها إلى الأمام حتى تستطيعا مواصلة السير أبعد من ذلك ، وستجدان لافتة مكتوباً عليها إلى الجبهة وسوف تجدان متسعاً للوصول الى البحر والعودة عند موعد العشاء — لو أسرعتما.

- (تتوقف عند الباب وتلتفت نحوهما)

- (صاحبة البيت) — تزوجتما منذ وقت طويل ؟

- (هاري) —ليس طويلاً .

- (صاحبة المنزل)— شهر عسل؟

- (هاري)—أجل ، يمكن أن تقولي ذلك .

- (صاحبة المنزل)— حسناً— لقد أتيتما الى المكان المناسب.

- (تتفحصهما لحظة ويزداد قلقهما)

- (صاحبة المنزل) — حسناً سوف أترككما إذن .

- تخرج يغلق هاري الباب خلفها . تجلس(لو) على السرير.

يتجه هاري نحو النافذة ويتطلع للخارج ، ويداه في جيبه .

تحاول (لو) أن تبدي الصمت.

- (لو) الفراش لطيف ووثير.

- (هاري) — صحيح ؟

- (لو) السريرذو نوابض ، تتلفت حولها ولاتدري ماذا تقول .

- (لو) المكان مظلم قليلاً -أليس كذالك ؟

- (هـاري) إنـه نهـار غـائم . وقـد يكـون المساء ألطف ظل المطر يهطل منذ الفجر.

- (لو) لم أكن أتوقع أن تمطر ، هل توقعت ذلك؟

- (هاري) -لا ،لم أتوقع.

- (لـو) قالـت الأنـباء الجـوية سيكون الجـو متغيراً مـع زخات مطرمتقطعة وفترات صحو طويلة .

- (هاري) - لابدأنها من منطقة أخرى .

- (لو)- لا لم تكن كذلك - كنت أستمع بانتباه خاص.

- (هاري بحدة) حسناً-كانوا مخطئين إذن-اليس كذلك ؟

- (صمت -يصفرهاري بصورة غير منغمة) .

- تـسقل (لـو) ريـشة مـن اللحـاف -(لـو) - أظـن مـن الأفـضل أن تفتح الحقائب.

- (يظـل الإثـنان سـاكنين . فهمـا يـشعران بالحـرج والخجل عندما أصبحا وحيدين في الغرفة) .

- (هاري)- هل ترغبين في التفسح ؟

- (لو) -لامانع لدي، وأنت؟

- (هاري) -إنها فكرة طيبة -لو يتوقف المطر.

- (لو)- (ببهجة) التمشي في المطريمكن أن ينعش الإنسان.

- (هاري)- حسناً ،سوف نخرج للتمشي إذن.

- (لو) - الآن!

- (هاري)-ألا تريد أن تفتح الحقائب أولاً؟

- (لو) - لامانع لدي.

- (لاحركة – لايريدأي منهماأن يتخذ قراراً . ينير وجه هاري).
- (هاري)– لأأدري ماذا يفكرون الآن في البيت .
- (لو) –أتمنى لو أني أخبرت أختي .
- (هاري) – سوف تعرف في الحال .
- (لو)أظن ذلك .. ولكن كنت أتمنى لو أني أخبرتها .
- توجيه لفريق العمل الفني – المخرج والمصورين ومساعدي الإخراج وبقية الفنيين . لبيان المشهد البعيد جداً لإيضاح مدى الحرج والخجل الذي يعانيه العاشقان وهما الآن وحيدان . في منزل غريب ، الشيء الذي لاتعرفه هو لماذا وجب عليهما الهرب بهذه الطريقة ؟

يمكن لفريق العمل الفني أن يضع الجواب الذي يراه مناسباً للوصول الى نهاية هذا المشهد.

ولعل استعمال الاسترجاع الفكري الى البيت لتبين لنا (لو) رد فعل والديها في هذا الصدد.

كان هاري في مأزق مع الشرطة، لان أبوها سيرفض ذلك التصرف ، ولا يوافق على زواجهما ، أما أم (لو) فأكثر تقبلاً للامر من الوالد ؛ سيما إن والد (هاري) ووالد (لو) كانا يتشاجران قبل يوم ، ويتبادلان الإهانات والإتهامات مما جعل هاري يشعر بالمرارة .

ينتهي المشهدعندما يقرران الخروج للنزهة قبل العشاء.

(المشهد الثاني)

الشخوص:

هاري–

لو–

ثلاثة رجال –(١)–(٢) –(٣)–

صاحبة البيت —

التمثيلية:

هاري ولو صامتان وخجولان ، يذهبان الى العشاء بشيء من الارتباك ،أنهى الشيوخ حساءهم أيضاً يتنحنح(الشيخ رقم) بصوت عالٍ (ها، نزهة لطيفة!)

(هاري) —أجل ، شكراً.

(الشيخ رقم ٢) أجل شكراً.

(الشيخ رقم ٢) لم تتبللا؟.

(هاري) —قليلاً

(الشيخ رقم ٢) لاتكونا خجولين.

(الشيخ رقم ١) وماذا عن السيدة الصغيرة؟ هل تبللت؟

(لو) — لا

(الشيخ رقم ٢) —ذلك لأنك تريدين معطفاً.

(لو) — لدي معطف مطري .

(الشيخ رقم ١)– علي أية حال — أنت لاتريدين أن تمادري بـ ... صحتك.

أو أي شيء آخر من أجل ذلك الأمر ،أليس ذلك؟

(هاري) — أنا على ما يرام .

الشيخ رقم ٢) — هل تعرف مدى الاذى الذي تعرضان نفسيكما اليه؟

(يرفع هاري رأسه بعنف وهو غاضب . تدخل صاحبة البيت تحمل صينية مليئة ،

ينظر الشيوخ اليها بإعجاب .

تضع الصحون وفيها العشاء.

(فقط ... سمك طازج للغاية.

لاشائبة في ذلك أبداً هل لديكم شهية ؟ سيكون كل شيء على مايرام .

لاشيء كالتفسح يحرك الشهية . ثم يلي ذلك الحلوى وبعدها العصير . إن هذا مقوي

تجنبا البرد .. ضع شيئاً على صدرك .. واخلعه عند الحر .

(تغادر صاحبة المنزل)

(الشيخ رقم ٢)- يضرب الصحن بالسكين لجلب الانتباه .

(الشيخ رقم ١) — أراهن أنك لم تتناول سمكاً مثل هذا !

(هاري)-السمك نفسه في كل مكان .

(الشيخ رقم ٢)- يحتكم الى الشيوخ — إنه على خطأ .. إنه لن يحصل على سمك مثل

هذا في مكان آخر.

(هاري) بالتأكيد — السمك طازج في كل مكان.

(الشيخ رقم ٢) — هذه هي المشكلة مع الشباب .

إنهم لايهتمون بأي أحد ويعتقدون أنهم يعرفون أكثر من غيرهم.

(الشيخ رقم ٣) الكآبة

(الشيخ رقم ١) — و ... ولا يحلمون بتقديم الشكر .

(الشيخ رقم ٢) فهذا سبب كثرة الجنح .

(الشيخ رقم ٣) — أمور غير شرعية كثيرة.

(الشيخ رقم ١) — و... قتل.

(الشيخ رقم ١)- ق- ق- ق- ق

(الشيخ رقم ٣) حبيبان شقيان .

(لو) — إنه عالفظيع ! وينظر إلى (لو) يشير بالسكين اليها

أليس كذلك؟ إنه دائماً كذلك، أليس كذلك؟

(الشيخ رقم ٣) (غير مصدق) — دائماً كذلك ؟ هل سمعت ذلك؟

(الشيخ رقم ٢) —هذا هو ما قالته .

(الشيخ رقم٢) — (يشير بالسكين مؤكداً)- عندما كنا أولاداً، كان العالم شيئاً مختلفاً .

وكنت تعرف فيه . لماذا؟ تيد أن تعرف لماذا؟

إذن سوف أخبرك. (يعتدل في جلسته ويبدو ذا أهمية- يتنحنح بصوت عال)

كان الناس أخلاقهم .. يحافظون على القوانين ويلتزمون بها .

(الشيخ رقم ٢) — هذا ما كانوا يفعلون .

(الشيخ رقم ٣)- ويقسمون ولا يخشون !

(الشيخ رقم ١) —إنهم يفون بوعودهم .

(الشيخ رقم ١) — وكانوا يعرفون دينهم .

(الشيخ رقم١) — ككل واحد منهم .

(الشيخ رقم ٢) — وقد حافظوا عليه أيضاً .

توجيه لفريق العمل

ليست هذه النهاية للمشهد بطبيعة الحال، يمكن لفريق العمل أن يستعمل حواراً خاصاً به لإكما المشهد ، وإذا شاء يعرض كيفية مواصلة الشيوخ الهجوم على الشابين ، وازدياد حيرة (لو) وغضب هاري.

وأخيراً تتقدم صاحبة المنزل الحلوى فيمكن (لهاري) و(لو) أن يلوذا بغرفتهما ولكن إلى متى . ؟

<u>المشهد الثالث</u>

لن ندعوك وحيداً

الشيوخ:

هاري

لو

ثلاثة شيوخ

١- تمشط لو شعرها أمام منضدة الزينة .

يلقي هاري سترته و يجلس في سكينة على كرسي ذي مسندين .

(هاري) — لقد استمدوا — ولم يكفوا. كانوا يرومون الوصول إلى شيء ما.

(لو) — لايكن أن نتسامح .

(هاري)- أظن أنهم وراء الباب يتطلعون من ثقب المفتاح.

(لو) — الناس لايفعلون مثل هذا الشيء .

٢- يحملق هاري بكآبةفي الباب .. ويروح في أطراف الغرفة بعيدا عن ثقب المفتاح

تراقبه(لو بحزن — يفتح(هاري) البب فجأة.. ولايجد أحداً وراءه يقفله ببطء.

(لو) قلت لك ذلك .

(هاري) — يجب أن تفتحي عينيك على أناس مازحين منكتين مثل هؤلاء.

(لو)-هاري.

(هاري)- نعم .

(لو) تعال هنا .

٣- يذهب هاري إليها ببطء وعيناه على الباب ، يجلس علىزاوية الفراش- تستديرعن المرآة وتنظر اليه دامعة العينين.

(هاري) — أنت تبكين (لو) ؟

(لو)- لاأدري ماذا أنا فاعلة.

(هاري)- إن الأمرليس كما توقعنا ، اليس كذلك ؟ (لو) تهز رأسها إنهم لن يدعوك وحيداً، اليس كذلك ! أنت تعرف أنهمقد يكونون على صواب وأنت

علـى خطأ – وإنك شاب ولاتعرف كثيراً ، ولكنهم لن يستمعوا ! إنه فضول ، فضول .

٤- تسترخي (لو) ويبتسم لها بحنان . تشعر بالراحة لأول مرة منذ وصولهما .

(هـاري)- مـثلك ومثلي ههنا، لأنهم لن يدعوننا وحيدين . إننا مضطران على القيام بعمل ، الاشياء تبدو ناجحة .

٥- ينظـر (هـاري) الـيها بحنان . صوت بيانويعزف لحناً يبدد السكون بصورة مفاجـئة، يصاحبه مـزمار وطـبل . يقفـز(هـاري) و(لـو) مرعوبين، وكما بدأت الموسـيقى فجأة تتوقف . هناك طرق خفيف على الباب .

٦- يفـتح هـاري الـباب. يقـف الـشيوخ الـثلاثة وبأيديهم مزمار وطبل وخمسة أقداح زجاجية على الصينية. يدفعون هاري جانباويدخلون الغرفة مبتسمين.

(الـشيخ رقـم٣)- كـنا نعـرف أنكمـا خجـولان جـداً فلن تأتيا الينا لذلك جئنا اليكما.

(هاري)- أخرجوا من هنا !

٧- يتجاهلونه ،ومازالوا مبتسمين(الشيخ رقم١) يصب الشراب

(الشيخ رقم ٢) يرفع المزمارليعزف .

(الشيخ رقم ٢) رقصة مرحة ! ويعزف لحن رقصة شعبية مرحة للبحارة.

(الشيخ رقم٣)-يضربعلى الطبل – يحملق بهاري مرعوباً ،

تتشبث (لو) بكرسي تحاول أن تصرخ .

٨- يـبدأ الـشيخ الأول بالرقص على أنغام الموسيقى ، ويدورحول المنضدة ينتزع كأسـاً ويرشـفه عـلـى (هاري) . يحملق هاري مصعوقاً بالرجل الراقص والشراب المسفوح.

٩- ينتزع (هاري) الكأس من يد الشيخ ويدفعه نحو الآخرين اللذين يتوقفان عن العزف .

(هاري)- هيا اخرجوا جميعاً!

(الشيخ رقم ٢)- (بامتعاض) ولكنك لم ترقص لحد الآن.

١٠- يبدوأنهم يعزفون موسيقى جنائزية ، ويتحركون ببطء ووقار حول الغرفة مثل ثلاثة جنود. يحاول (هاري) جاهداًأن يتكلم،(هاري) - اتركوناوحدنا! ولماذا؟

ماذا فعلنا لكم؟ (يواصلون العزف يصيح (هاري) أكثر اهتياجاً)

(هاري)- ابتعدوا عنا.

١١- يلوح (هاري) بكرسيفوق رأسه ويتقدم نحوهم ،يتوقفونويبتعدون

(هاري)- اخرجوا!

(يعزف الشيوخ بحزن وصخب غير منغم ويقفزون ويزمجرون حول (هاري).

(هاري)- يلوحبالكرسي ويصيح - تصرخ (لو) فينتشر الشيوخ.

١٢- ويدير الشيخ رقم ٢ عينيه ويتهاوى ببطء الى الارض .

يخيم صمت رهيب يجثو الشيخ رقم ٣على ركبتيه الى جانبه ويجس نبضه ثم قلبه ،ويتطلع الى (هاري) .

(الشيخ رقم ٣) - ينظر الى (هاري) لقد قمت بشيء رائع! وتسببت بإحدى نوباته... ضعه على الفراش.

١٣- يتعاونون عليه لوضعه على الفراش يتمدد وتنفسه ثقيل ، وعيناه مغلقتان. ويقولان (لهاري) إن الرجل يجب أن يتحرك وأن نوبته الاخيرة ستمرت ثلاثة أيام.

يخرج الرجلان الى غرفتيهما تاركين (هاري) و (لو) كي يعتنيا بصديقهما .

١٤- ضاق(هاري) وفي نوبة غضب يبدأ بتكديس الملابس في الحقيبة ويضربها بقبضته لتسويتها. يفتح الشيخ عيناه يراقب (هاري)- لابد أن نذهب ! لقد ساءت الاحوال ! ساءت !

(لـو)-(تجثو بجانبه) ! سنذهب الى البيت ياهاري، هذا ما سنفعله- سنذهب الى البيت

(هـاري)- لايمكـن أن نتركـه طـريحاً هـهـنا ا (يفـتح الـشيخ عينـيه واسـعتين ويراقبهما).

(لو)- لابدأن نتركه هنا ونخرج بهدوء.

(هاري) — وماذا عنا؟ ماذا سيحدث لنا؟

(لـو)- سـنكون علـى ما يرام —لاأظن أننا سننال ما كنا نتوق اليه طويلاً ،ولكن سنكون على ما يرام .. سوف ترى.

(هاري)- كل ما كنت اتوق اليه أن نكون وحيدين... أنا وأنت فقط .

(لـو)- وهـذا مـا كـنت أتـوق إلـيه أنـا أيـضاً . ولكـن لم نحـصل علـيه أليس كذلك؟إنه ليس الوقت المناسب .

١٥- ترتب الحقيبة، ترفعها ، يبتسم الشيخ الآن...

يلبسان معطفيهما ويتسللان بهدوء، تبهت الصورة ببطء.

لقطة خارجية للبيت . يخرج (هاري) و(لو) حاملين حقائبهما.

القمر ساطع وأضواء الشارع تلقي نوراًعلى مدى الطريق .

تنتقل الكاميرا من البيت لتصور الطريق الممتد طويلاًفي الظلام .

يتضاءل(هاري) و(لو) حتى يضيعا في الظلام وتصعد عناوين النهاية.

مراجع الباب السادس وهوامشه

١- لكوارت هانو كوتيرد، فن كتابة السيناريو – حول صنعة كتابة السيناريو ، ترجمة إقبال أيوب ، من دون تاريخ ، ص ٩.

٢- فيصل الياسري ، التخطيط لكتابة السيناريو ، محاضرة ألقيت على طلبة الاذاعة والتلفزيون بقسم الاعلام ،عام ٢٠٠٠.

٣- عبد الجبار داود البصيري ، فن كتابة السيناريو ، صحيفة الجمهورية عام ٢٠٠٠، ص٤.

٤- صلاح ابو سيف ، كيف تكتب السيناريو ، الموسوعة الصغيرة، بغداد ، منشورات وزارة الثقافة والاعلام ، ص٥.

٥- لكوارت هانوكوتيرد ، فن كتابة السيناريو ، مصدر سابق ، ص ١٣.

٦- حسين رامز رضا ، الدراما بين النظرية والتطبيق ، بيروت ، المؤسسه العربية للدراسات والنشر ، مندون تاريخ ، ص٣٢.

٧- سامي عبد الحميد وبدري حسون فريد ، طرق تدريس الالقاء ، بغداد ، دار المعرفة ، ١٩٨٠م، ص ٧١.

٨- د. مصطفى حميد الطائي ، محاضرات في الفنون الاذاعية والتلفزيونية ، مصدر سابق ، ص ١٢١.

٩- ليسفيلد، فن الكاتب المسرحي ، ترجمة ديريني خوسيه ، ص٢١٨.

١٠- سومرست هيوم، دروس فن الحياة ، ترجمة حسين قباني ، ص ٢٥.

١١- المصدر السابق نفسه ، ص١٦.

١٢- جيرسن ، اللغة بين الفرد والمجتمع ، ترجمة عبد الحميد ايوب،ص١٤٥

١٣- د. مصطفى حميد الطائي،محاضرات في الفنون الاذاعية ،مصدر سابق، ص ١٢٤.

١٤- المصدر السابق نفسه ، ص ١٢٥-١٢٦.

١٥- المصدر السابق نفسه ،ص١٢٧-١٢٨

١٦- كينيثيس ماك كاون ، فن كتابة السيناريو- الكتابة من السيناريو وخلال الحوار، ترجمة سعد الدين محمد ، ص١٢٢.

١٧- جيمز بروم لين، النكتون، تمثيلية تلفزيونية، ترجمة ،كاظم سعد الدين،انظر: فلاح المحنة ،البرامج الاذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، ص١٩٨.

الباب السابع

فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون واشكال المضامين الإقناعية

الفصل الأول

فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون

الأذاعة والتلفزيون وسيلتان تقنيتان حديثتان للإتصال الجماهيري ، لايفصل بين نشأتيهما أكثر من عقدين من الزمان ،إلاإنهما مختلفان في طرق وأساليب تقديم المضامين الإقناعية ،وفلكل منهما جمهور يتسم بخصائص قد تميزه عن الأخر.

مما يتطلب التمييز بين مضامين كل منهما،والكتابة للإذاعة أمريختلف عن الكتابة للتلفزيون ، والكاتب الذي يكتب لأي من هاتين الوسيلتين، عليه أن يضع في إعتباره خصائص الوسيلة التي يكتب لها وطبيعة الجمهور الذي يوجه له الرسالة.

ومن دون مراعاة هذه الخصائص، لايمكن للكاتب الإذاعي والتلفزيوني أن يؤثر في الجمهور ويحقق عملية الإقناع والإقتناع مهما امتلك من قدرة على الكتابة .

وأهم ما يمكن الإشارة اليه في هذا الصدد هو:إن الإذاعة والتلفزيون أضحت من الوسائل التي تشكل النسيج الإتصالي للمجتمعات الحديثة وإن الحاجة الى خدماتها تزداد يوماً بعد آخر،وقد تعاظمت أهميتهما بعد إرتباطهما بسلسلة التطورات التقنية المعاصرة ا لتي تتسع حلقاتهايومياً، مما جعلها تتابع الحاجات الجماهيرية المتجددة على مدى أربعاً وعشرين ساعة في اليوم .

هذه التطورات دفعت القائمين على هذه الوسائل الى السعي المتواصل ، لمواكبة هذه التطورات و تطويرالمضامين الإقناعية لهذه الوسائل نوعياً وكمياً ، من أجل تلبية الحاجات والرغبات المتجددة باستمرار، و إن تلبية هذه الحاجات تعتمد بالأساس على التمكّن من فن كتابةالمضامين المؤثرة ،إذ من دون إجادة هذا النوع من الفنون تصبح هذه الوسائل عديمة الجدوى مهما بلغت تطوراتها التقنية.

لهذه الأسبا ب جاء التركيز على فن كتابة المضامين الإقناعية في الوسائل المسموعة والمرئية ،لمواكبة تلك التطورات بالكم والكيف ، وهنا يمكن إن تميز بين فن الكتابة للإذاعة وفن الكتابة للتلفزيون من خلال تناول فن الكتابة لكل من هاتين الوسيلتين على حده.

فن الكتابة للإذاعة :

على الرغم من أن التلفزيون أختطف الشهرة من الإذاعة ،إلا أ ن الإذاعة مازالت تحتفظ بجمهورها ،ولو لم تكن كذلك لماكُتبَ لها البقاء والأستمرار في منافسة التلفزيون ،ومن أهم عوامل استمرار الإذاعة وأحتفاظها بجمهورها، مضا مينها التي إمتازت بالوضوح والتبسيط الذي يجذب الملايين من المستمعين في كل مكان من العالم، فالإذاعة لها خصائصها التي تغلبت من خلالها على التباين الإجتماعي في التعليم والثقافة بين المجتمعات وألغت حاجز الأمية ، فضلاً عن أن سماع برامجها بواسطةالأذن ، أدىإلى أن يكون المذياع رفيق شخصي للافراد وهم يمارسون نشاطاتهم ويزاولون أعمالهم في المنزل والمزرعة وأثناء قيادتهم للسيارة والماكنة والقطار ... الخ

لذلك استمر التبسيط سمة ملازمة للفنون ألإذاعية،وبقي الإذاعي فنان بحكم طبيعة الوسيلة وخصائصها الفنية، فالبرامج ألإذاعية تمثل خدمة يومية تقتضي تحديد الوقت الذي يستغرقه البرنامج ، ومدى قابليته للاخراج في إطار زمني محدد، والأهم من ذلك إن الفنان الإذاعي مقيد بالإهتمام الإنساني للجمهور الكبير الذي يتلقى الرسالة ألإذاعية ويترقب البث ليتابع المضامين الإقناعية ، فعلى القائمين على هذه الوسيلة أن يشبعوا حاجات الجمهور ويلبوا رغباته ، وأن يسعوا الى تقديم مضامين مقنعة، لها القدرة على تدعيم ثقة الجمهور بالوسيلة ،عن طريق الوضوح والموضوعية والواقية في طرح الموضوعات المتوعة ، ومراعاة إحترام اذواق الناس و قيمهم واعرافهم ومعتقداتهم ، وتقدير مشاعر

الجماهيرمن خلال الالتزام بالمعايير الدينية والأخلاقية للمجتمع ،وعلى الإذاعي إن يخاطب المجتمع بلغة الإذاعة التي توصف بأنها تعبير عن توسيع دائرة الخيال في ذهن المستمع.

لغة الإذاعة وتطور الأساليب الفنية في الإنتاج :

بما إن اللغة تمثل منظومة من الرموز والإشارات الدلالية المؤدية الى المعاني والمفاهيم المختلفة ، وان هذه المنظومة تعبر عن الفكر الإنساني وما يهدف اليه من غايات ومقاصد ، فإن إكتمال الإتصال من خلال اللغة يعتمد على الصوت المنطوق بهذه الرموز والإشارات الدلالية المعبرة عن معانٍ معينة ، فاستغلت الإذاعة هذه الخاصية لإعداد برامجها الإقناعية باللغة المنطوقة ، ووفقاً لهذا التصور ارتبطت أهمية الإذاعي الناجح بمدى إجادتهِ لفن إستخدام اللغة بمنطق مؤثر لإيصال رسالة وإحداث تفاهم وتواصل مع الآخرين .

لأن الكلام المنطوق عندما توظف فيه رموزبلاغية مشحونة بالمعاني والدلالات تصبح لهُ القدرة والأهلية على تحقيق التفاهم بين البشر، وعلى الرغم من إن جميع الحواس يمكن توظيفها في فنون التفاهم والإقناع باعتبارها لغات قادرة على إحداث التفاهم ، مثل لغة البصر والشم والإشارة ... الخ إلا إن لغة النطق بالكلام الملفوظ تُعَد أهم تلك اللغات . (١)

لهذه الأسباب وظفت اللغة المنطوقة في المضامين البرامجية على نطاقٍ واسع وتطورت بعد أن تعاظمت أهميتها ، واستفادت الإذاعة من تطور خاصية النطق لتحقيق الإقناع لدى قطاعات جماهيرية واسعة ، وقد اطلق عليها بعض الباحثين بلغة اللسان ، و يؤكد اللغوي ((سيمون بوتر)) أهمية اللسان من بين أعضاء الكلام الأخرى لتفوقهُ عليها جميعاً في الليونة وسهولة اللفظ والمرونة.

وقد أصطلح على تسمية اللغة المنطوقة بالآنكليزية((TheSpokenLangyage))
وتعرف بانها : فن إستخدام الرموز الدلالية في الإتصال الإنساني ،لتوصيل الأفكار والرغبات والإنفعالات ،بقصد تحقيق أهداف معينة.

وكما هو معروف فإن الإذاعة أدت الى إزدياد أهمية اللغة المنطوقة، ووسعت من وظائفها بعدأن أسهمت في نشرها بين قطاعات واسعة من الجماهير،وعندما وظف البيان باللسان في مضامين الإذاعة، أدى الى بعث الحضارة السمعية من جديد على وصف عالم الإتصال ((مارشال ماكلوهن)) الذي إهتم كثيراً بنظريات التقمص الوجداني التي تشابه وظيفة الإذاعة السمعية بإعتمادها على الخيال العلمي وتجسيد مفهوم الذات ، وهذا ما تعتمد عليه ألإذاعة المسموعة في برامجها التي تصمم أساساً على تنمية الخيال ورفع الآمال والتطلعات وتحقيق الإمتاع والتسلية .

وإن ذلك كلهُ يعتمد على معدوا البرامج والفنون الإقنعية في الإذاعة بصفة خاصة، وعلى مدى ما يتمتعون به من مهارات وخبرات علمية وعملية ، لأن الفن الإذاعي لايعدو عن توظيف النثر العلمي المنظوم بقوالب معينة في برامج الإذاعة بعد إعدادهُ بصياغات معينة، وإخراجهُ وتقديمهُ مذاعاً بأشكال فنية منوعة، تبث من شبكة الإذاعة لتستقبل بواسطة المذياع كبرامج منوعة، تشتمل على الموسيقى والأحاديث والمقابلات والدراما وبرامج الفكاهة والنشرات الإخبارية وغيرها من البرامج الفنية،التي تمتاز بالمعالجة التفسيرية الواضحة المعززة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية ، فضلاً عن التجسيد الفني الواقعي ومسرحة الأحداث والتكرار و اختيار الكلمات المحملة بشحنات إنفعالية مؤثرة،وإذا ما أُريد تطوير لغة الفنون الإذاعية يجب نظمها بأ ساليب بلاغية فنية معبرة عن أدوار حياتية تتسم بالواقعية، تستوحي نماذجها من ردود أفعال الجمهور ومشاركاتهُ بهذه البرامج . (٢)

من ذلك كله ، يمكن وصف الفنون الإذاعية بأنها إجراءآت تعبيري وفنية لتصويرالأحداث والمشاهد الواقعية وعرضها للجماهير، بعد إخضاعها للعديد من المعالجات الفنية والإخراج الإذاعي ،لتقوم بوظائف : التعليم والتثقيف والإعلام والترفيه... الخ

وعندما يتم التأليف بين العناصر الواقعية والعناصر الخيالية في البرامج الإذاعية يكون تأثير الفنون الإذاعية واضحا ً وقويا ً ، ففي أوقات الحروب والأزمات مثلا ً– نجد أخبار المعارك هي الطاغية على البرامج الإذاعية، وان القصص والافلام والتمثيليات والأغاني هي الأ ُخرى تدور حول الحرب وفصولها والمقاتلين وبطولاتهم، لتعبئة المجتمع المحلي رفع روحه ُ المعنوية، وذلك بإظهار قوة الجنود وشجاعتهم للقوات المسلحة الصديقة، ومحاولة إضعاف معنويات الخصم بالتركيزعلى جبن وخسة جنوده ُ وهزائمهم وعدم شرعية قتالهم، هذه الوظائف الخطيرة تتم وفق خطة عامية واضحة للحرب النفسية ، التي يراعى في تنفيذها الإبداع والتشويق متزامنا ً مع التعبئة والشد وشحذ الهمم . (٣)

وقد ينجح الإذاعي في تنفيذ هذه المهام إذا ما تمكن من إستغلال عنصر الصوت وحسن توظيفه ُ في البرامج الإقناعية ، والتمكّن من إجادة الصوت في فنون التعامل مع الجمهور، ومخاطبة غرائزه ُ وحواسه ُ وترغيبه ُ بحاجاته ، ُ لتقريبه ُ من المذياع وإقناعه ُ بأن يكون من هواة الإ ستماع للبرامج الإذاعية ومتابعتها ؛ إلا إن النجاح في ذلك يتوقف على سلوك المذيعين وقدراتهم ومهاراتهم ومدى إجادتهم لفن مخاطبة الجمهور، من خلال إتقان فن التقديم واساليب التقرب من المتلقين، وتقدير القيمة الصوتية للالفاظ ومخارجها ووقعها الحقيقي على النفس البشرية بمجرد السماع بالأذن .

لذلك ينصح المختصون بضرورة الإقتصاد في عدد الالفاظ المنطوقة ، والإقتصار على أقل مقدار يسد الحاجة لتحقيق الفهم والتفاهم وخلق الاقتناع والمشاركة الجماهيرية في البرامج الإذاعية ، لأن الإذاعة بث للبيان باللسان يقوم على المشاركة بين المرسل والمستقبل، من أجل أن يحس الجمهوربحرارة الإقتراب من المذياع، للحصول على المتعة والتسلية والتزود بالمعلومات والمعارف والاحساس بالواقعية.

وهذا ما يبرز دور الفنان ومستوى إبداعه،ُ فالفنان الناجح هو: الفنان الذي يتمكن من أن يبتكر لنفسه ِ إسلوباً خاصاً به ، يميزهُ عن غيره ، ويسمح لهُ بالتفرد في لغته ِ التي يستطيع من خلالها أن ينتزع إعجاب الجمهور ويكسب ثقتهُ ، فيحصل على إعجاب المجتمع وينتزع منهُ الإعتراف بالنجومية ، وبذلك يصبح رمزاً ونجماً في نظر الجمهور .

لأن النجومية لايصنعها الفنان لذاتهِ ، بمعنى آخر إنها ليست صفة يمكن أن يطلقها الفنان على نفسه ، إنما هي مكانة إجتماعية واستحقاق شرعي يمنحهُ المجتمع للفنان بعد أن يقتنع بفنهِ ويعترف بهِ وبتميزهِ ، ينطبق ذلك على الفن التلفزيوني وكافة الفنون الأُخرى .

فن الكتابة للتلفزيون:

إن فن الكتابة للتلفزيون يعتمد على الدقة الوضوح البساطة والإيجاز الشديد، بدرجة تزيد على الإيجازفي كتابة البرامج الإذاعية المسموعة ، لأن الكاتب التلفزيوني يعرض من خلال ما يكتبهُ للشاشة الصغيرة ، العالم على إتساعهِ بما فيهِ من أحداث ومظاهر إجتماعية وظواهر بالغة التعقيد .

يتأتى ذلك من منطلق إن الكاتب لايكتب لنفسه ، وانما يخاطبُ المجتمع بأكملهِ على إختلاف شرائحهِ الإجتماعية وتعدد مستوياتهِ الفكرية والثقافية والتعليمية ، ويتفاعل مع الناس بإختلاف وتنوع ميولهم واتجاهاتهم

وطبائعهم ، عن طريق لغة الإعلام المشتركة المعززة بالصورة والحركة، التي أضحت تشغلُ حيزاً واسعاً من الشاشة.

ووفقاً لهذا التصور فإن الكتابة للتلفزيون، تعتمد على الإتصال اللغوي المدعم والمعزز بالصور الحية التي تعكس الواقع على حقيقته، وعلى مقدار التوافق والتجانس بين الصوت والصورة ، خاصةً وإن لغة الصورة أو ما أُطلق عليهما باللغة المرئية، تتميز بأن لها القدرة على خلق علاقة تفاعلية وتأثير متبادل بين الجمهور والوسيلة . (٤)

واللغة المرئية تتصف بالحيوية وليساطة والهدوء والجاذبية والخلو من التكلّف، باعتبارها إنعكاس للواقع الموضوعي بواقعيته المعروفة واتسامه بالالفة العاطفة والخيال .

وتشترك لغة التلفزيون مع لغة الإذاعة بالبساطة والإيجازالشديد طبع لغة التلفزيون وميزها حتى على لغة الإذاعة ، وإن الذي يكتب للتلفزيون عليه أن يضع نصب عينيه حمل المشاهد على تصديق مايراه في الشاشة، دون الإحساس بأدنى شك ودون أي خدش للمشاعر والأحاسيس ، كما إن عليه تجنب كل مايثير الخوف والفزع أو القلق والإبتعاد قدر الإمكان عن تضليل المشاهدين .

إن ذلك يتطلب من الكاتب التلفزيوني التعرف على عناصر ومقومات صياغة رسائل الإقناع بدقة وإتقان، وأن يتقن في إستخدام كل عنصر وتوظيفهُ بشكل يُظهر النص كوحدة متماسكة متسلسلة الأحداث، تخلو من التكرار والمفردات الغريبة التي من شأنها أن تثير الملل والرتابة في نفوس المشاهدين ، بحيث تبدو مكونات النص منسجمة مع المشاهد المصورة في البرامج. (٥)

يظهر من ذلك إن الكتابة للتلفزيون، فن ينبثق من فلسفة الواقع الذي يخاطبهُ الكاتب التلفزيوني بواسطة هذه الوسيلة، ومثل هذا الأمر يضع الكاتب

التلفزيوني أمام مسؤولية خطيرة تفرض عليه دراسة الواقع الإجتماعي الذي يخاطبه ، من أجل الوقوف على الظروف والأحوال الإجتماعية الثقافية والمؤثرات النفسية والبيئية التي تؤثر على أمزجة الناس وسلوكياتهم وتنعكس على مدى تقبلهم لرسائل الإقناع المرئية ، ومثل هذه الدراسات عندما تتسم بالجدية، تمكّن الكاتب من التواصل والتعايش والتفاعل مع المجتمع الجماهيري : الذي هو غاية الوسيلة وسبب شهرتها .

ولابد من التنبيه هنا الى انه مهما يبذل القائمون على الإتصال المرئي من مجهودات لتطوير أدائهم يعد ضئيلاً ، إذا ما أُخذ بالحسبان أهمية التلفزيون وتعاظم دوره في المجتمعات الجماهيرية ، وطبيعة المجتمعات المعاصرة التي هي مجتمعات إتصالية بأكثر من معنى ، سيما وان الانسان الإتصالي المعاصر يوصف بأنه إنتقائي لايعير إنتباهه ولايبدي إهتمامه إلا لمن يعرف خصائصه ويفهم حاجاته ويقدر مشاعره وأحاسيسه ويحقق رغباته ويجسد تطلعاته ، ولايمنح ثقته إلا لمن يعيش ظروفه ويتعامل معه بصدق وواقعية .

وذلك يحملنا الى القول: إن الكاتب التلفزيوني الناجح هو إبن الواقع الذي يعكس نبض الشارع الى المعنيين ، وانه الاقدر من غيره على فتح قنوات للتواصل بين الحاكم والمحكوم ، يجسد عمليات الاقناع والاقتناع بدقة وواقعية.

فن كتابة النصوص التلفزيونية وأشكالها :

سبقت الإشارة الى إن كاتب النص التلفزيوني يجب أن يدرس واقع الوسيلة وطبيعة وظائفها وخصائص المجتمع الذي يكتبُ له ويعكس ذلك الواقع بكافة مدخلاته ومخرجاته دون حذف أو إضافة ، وهناك جانب آخر لايقل أهمية عن دراسات الجمهور،على الكاتب التلفزيوني أن يلم به بأبعاده المختلفة ، يتمثل بالجانب الفني للوسيلة الناقلة للمضمون ، ففيما يتعلق بتقنيات الوسيلة على الكاتب أن يلُم بمعلومات وافية عن الكامير او حركاتها

وأنواع اللقطات وكيفية توظيفها ، واصطلاحات غرفة المراقبة التلفزيونية وطبيعة العمل داخل الستوديو وخارجها، وبخاصة فيما يتعلق بتوزيع الكاميرات الإنارة والديكورات الاكسسوارات وكافة المستلزمات الجمالية ، ليتمكن من إستغلال كافة الإمكانات المتاحة وتوظيفها في النصوص التلفزيونية، بما يمكن المعنيين من تحويلها الى برامج على درجة عالية من الواقعية؛ تتلائم مع طبيعة العمل الذي يجسده الكاتب في النص ، سيما وان النص التلفزيوني الذي تصوره الكاميرا، يشبهُ الى حد ما النص السينمائي الذي تصوره كاميرا السينما ، والذي يقسم عند التنفيذ الى عمودين ، يُكتَب في العمود الأيمن وصف للصور واللقطات والمناظر و تعليمات الكاميرا ، المتعلقة بحركاتها وانواع اللقطات لكل مشهد ، ويكتب في العمود الأيسر وصف للصوت المصاحب للصور، والحوار أو التعليق والموسيقى المؤثرات الصوتية والصورية ، وغالباً ما يأخذ النص التلفزيوني الشكل الآتي :-

الشكل (٤-١) يمثل أحد أشكال النص التلفزيوني

يكتب في هذه الصفحة الأتي:- توجيهات الكاتب الخاصة بالصور وأنواع اللقطات ، وحركات الكاميرا ، وطريقة نطق العبارات ، والمناظر وأنواع الديكورات ...الخ	يكتب هنا النصوص الصوتية للبرامج ، المتعلقة بالحوار . الكلام المنطوق والمؤثرات الصوتية ، والموسيقى ..الخ

وعند توزيع النص، ترقم المشاهد أو التوجيهات حسب كل مشهد، كي تسهل على المخرج وضع اللقطات ،التي يوضح فيها نوعية المناظر التي سوف تلتقط وفي أي وقت من اليوم ، بحسب طبيعة المشاهد وما يتطلبهُ البرنامج المراد إنتاجه.

تستخدم هذه الطريقة عند كتابة النصوص التلفزيونية لمعظم البرامج، ماعدا النصوص التمثيلية، فإنها تأخذ طريقة كتابة النص السينمائي، من خلال عكس الاعمدة التي وردت في النموذج السابق في الشكل (٤-١)

إذ يأخذ العمود الأيمن وظيفة العمود الأيسر، فيكتب في العمود الأول الايمن التعليمات الخاصة بغرفة المراقبة وتوجيهات المخرج، ويكتب في العمود الثاني الأيسر انواع المشاهد المصورة وأنواع اللقطات وزواياها، كما في الشكل الآتي:-

شكل رقم (٥-١) يمثل نص التمثيلية التلفزيونية

توجيهات غرفة المراقبة للمخرج أو المساعد الانتاج والمهندس الفني فيما يتعلق بالصوت والضوء والمؤثرات	تعليمات للمصور فيما يخص انواع اللقطات المطلوبة	النصوص التمثيلية

إن الكتابة للإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح، تختلفُ عن أشكال الكتابة الأخرى، لأن الكتابة لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية، تتحول عند التنفيذ من التنظير الى أعمال فنية تطبيقية، تمرُّ بمراحل متعددة تتحول بموجبها الى برامج إقناعية، تقدم بوسائل الإعلام التقنية بأساليب فنية جذابة، يتصل بعضها مع البعض الآخر لكي تبدو منسجمة مع الواقع، ولكن بإيقاع فني يعكس المتعة وتلطيف المناخ النفسي للمستمع والمشاهد، وهذا النوع من الأداء الفني يفرض على محرري وكُتاب النصوص الإعلامية المسموعة والمرئية، الإلمام بمبادىء وقواعد الكتابة، وإتقان الأساليب الفنية قبل الشروع بالكتابة لوسائل الإعلام، وبخاصة النص التلفزيوني، الذي يعد اللُبنة الأساسية الأوُلى في إنتاج برامج الإقناع التلفزيونية، وحلقة إقتصادية مهمة من حلقات الإنتاج الإعلامي.

وأهم ما يميز النص التلفزيوني – إنه' عمل فردي يتطلب موهبة وخبرة وتكنيك خاص ومعايشة الواقع معايشة ميدانية ، وحس فني ورؤية موضوعية تسمح بصياغة نص فني متكامل، يعبر عن أحاسيس الشاهدين ويعكس تطلعاتهم بموضوعية. (٦)

ومهما كانت جودة النص التلفزيوني الذي يصوغه' الكاتب ويقدمه' لوسائل الإعلام المرئية، فإنه' لابد وأن يتعرض الى سيل من الإنتقادات والتعليقات والتفسيرات التي تصم الآذان، وتكاد تفقد أحسن الكتاب الثقة بأنفسهم ، وذلك لأن النص التلفزيوني سيتحول الى عمل فني يقدمه' التلفزيون الى أعداد كبيرة من المشاهدين، فيتحول من عمل فردي الى عمل جماعي يشترك فيه العديد من الفنيين والتقنيين ، وإن كل من هؤلاء له' وجهة نظره' وله' تصوراته' الفنية ، وكل منهم يريد أن يقدم أفضل ما عنده' ويظهر إبداعه' ، وكل من هؤلاء يرى البرنامج والنجاح من زاويته' الخاصة التي ينظر من خلالها للعمل .

لهذه الأسباب وغيرها تبرز حالات من التنافس والصراع بين العاملين في الوسط الفني ، وتحتدم خلال كافة مراحل العمل الفني، وبخاصة عند التنفيذ الذي لايخلو من النقد والتعليق ،الى درجة تجعل العديد من كتاب النصوص يمتنعون عن حضور تسجيل وتصوير اعمالهم ، إذ يكتفون بمشاهدتها من على شاشات التلفزيون، لتجنب الإنتقادات والتعليقات والضغوط النفسية والإحراجات التي يتعرضون لها من الفنيين، الذين تتعدد وجهات نظرهم حتى تصل الى حد التعارض ومحاولة إخراج النص من محتواه في بعض الأحيان .

تجد الاشارة هنا أن الانتاج الاذاعي والتلفزيوني ينحصر في دائرة تتكون من ثلاثة عناصر أساسية، يتحمل المسؤلية فيها من مرحلة إعداد النص الى مرحلة بث البرنامج ثلاثة أشخاص يمكن ايضاح أدوارهم من خلال الآتي :-

- **المنتج** : يوصف بأنهُ المسؤل الأول عن إنتاج البرامج ، فهو الذي يحدد موضوعات الإنتاج ويختار كتاب النصوص ، ويتعاقد مع الفنيين ويتابع مراحل تنفيذ البرامج الى مرحلة التسويق ، ويشترط في المنتج الناجح أن يكون من الوسط الإعلامي ، ومن الذين يمتلكون الخبرة الواسعة والحس الفني والبراعة في فنون العلاقات العامة والدبلوماسية و فنون الإقناع... الخ

- **كاتب النص** : يمثل كتاب النصوص العنصر الثاني من عناصر الإنتاج، وتتأتى أهمية الكتاب والمحررين من كونهم يشكلون المرحلة الأُولى التي يبتدأ منها الإنتاج، وهؤلاء وحدهم القادرين على فلسفة الواقع اليومي وترجمتهُ الى برامج فنية مقنعة ومؤثرة في حياة الناس ؛ لذلك يجب أن يتصف كاتب النص بخصائص تميزهُ عن بقية العناوين الفنية الآخرى ، هذه الخصائص تنبثق من أهمية هذه الوظيفة ومن المسؤلية الكبيرة التي تقع على عاتق كاتب النص .

فبالإضافة الى المؤهل الأكاديمي في مجال التخصص، يجب أن يلم الكاتب بالثقافة الواسعة والخبرة والتجربة والمعرفة ببلاغة اللغة واساليب الفن الحديث، والخصائص التقنية لوسائل الإعلام الجماهيري ، كي يتمكن من تحمّل مسؤلياتهُ بنجاح .

فدور الكاتب يبدأ بعد أخذ موافقة المنتج على الفكرة التي تقدم بها اليه ،فبعد إجازة الفكرة يسعى كاتب النص الى معالجة موضوع البرنامج من أوجه عدة، كالميزانية التي يتشاور بها مع المنتج ، وكيفية تكييف النص حسب الميزانية المخصصة لهُ ، وسعة الستوديو ، وعدد المشاهد الخارجية وأماكن تصويرها ، والديكورات التي يحتاجها مسرح العمل ، والممثلين والممثلات الذين سيؤدون الأدوار ، ومدة العمل الفني ، ودراسة الظروف والمستجدات والمعوقات التي قد تنشأ عند التنفيذ ، ومحاولة إحكام الموازنة بين

الأفكار التي يعالجها النص والإمكانيات المرصودة للبرنامج، والتي تعد الأساس في موافقة المنتج على النص النهائي .

- **المخرج** : يعد المخرج العنصر الثالث الذي من خلال وظيفته تكتمل دائرة الإنتاج ، يبدأ دوره بعد الموافقة النهائية للمنتج على نص البرنامج ويعطي الإذن للمخرج كي يشرع بتنفيذ البرنامج ، وبعد إن يقرأ النص قراءة متأنية يتشاور مع المنتج في إختيار ابطال العمل من النجوم الملائمين لطبيعة البرنامج ، ويعقد العديد من اللقاءآت والإجتماعات مع كاتب النص والفنانين والفنيين والإداريين ،ويحدد الإحتياجات الفنية والإدارية، يشرع بعد ذلك بإخراج البرنامج ويتحمل مسؤليته .

وباكتمال هذه الحلقات الثلاثة (المنتج, وكاتب النص . والمخرج) تكتمل دائرة الإنتاج للبرامج المسموعة والمرئية ، وان كلمة الفصل في هذه الدائرة تكون للشخص المخول بإجازة العمل والشروع بتنفيذه, والمتمثلة بالمنتج، إلا أن نجاح البرنامج يعتمد على مقدار التفاهم والتعاون والتنسيق بين كل من المنتج ومحرر النص والمخرج ،ثم تأتي الحلقات الأخرى المكملة والتفاصيل الفنية الدقيقة لتأخذ مراتب أخرى من حيث الأهمية في الإنتاج . (٧)

الفصـل الثانى

أشكال برامج الإقناع فى الإذاعة والتليفزيون

على الرغم من إن فن الكتابة للاذاعة والتلفزيون كانت قد تطورة من الكتابة الصحفية في الصحافة المقروءة ، وإنها تنظم بلغة الإعلام ،إلا إن نوع الوسيلة الناشرة للمضمون وخصائصها التقنية وأساليبها الفنية ووظائفها الإقناعية يحددان أشكال مضامينها البرامجية ، وفضلاً عن ذلك فان طبيعة الجمهورالذي تخاطبه الوسيلة ومستويات ثقافته وطبيعة الضغوط النفسية والإجتماعية يؤثران الى حد كبيرفي انواع وأشكال البرامج الإقناعية ، كما إن الإستقرارالسياسي والرخاء الإقتصادي يلعبان دوراً أساسياً في أمزجة الجمهور وطبائعه وانواع رغباته وعادات الإستماع والمشاهدة لديه وأشكال البرامج التي يفضلها .

ومع إمتداد مسيرة تطور الإذاعة والتلفزيون واستمرار تطور تقنياتهما بشكل متواصل ، أخذ الإنتاج الفني المسموع والمرئي أشكال وقوالب فنية متميزة ، وان كل شكل ولون إتخذ قالباً فنياً يميزه عن الأشكال البرامجية الأُخرى ، والعديد من هذه الأشكال البرامجية أضحت شائعة ومعروفة ومألوفة ، تقدمها العديد من المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية في العديد من بلدان العالم المتقدمة والنامية ، وفيما يلي إستعراض موجز لأهم هذه البرامج :-

أولاً : برامج المقابلات الإذاعية والتلفزيونية.

تعرف المقابلة بأنها : فن المواجهة والمحاورة والمناقشة ، تنظم وفق تخطيط يقوم على سياقات معينة بهدف شرح موضوع أو قضية تشغل إهتمام الرأي العام، أو إستجلاء خبرات معينة أو تحليل وتفسير موقف أو ظرف معين من قبل ضيف أوضيوف المقابلة ،الذين هم أما من المتخصصين في موضوع المقابلة أو من المطلعين على مجريات الأحداث والظروف التي تمس إهتمامات الراي العام .

وتنفذ المقابلة وفق تكنيك معين باتباع أساليب ووسائل علمية وفنية وتقنية تجعل من المقابلة فناً متكاملاً يجسد اهداف ومقاصد القائم بالإتصال.

ومع تزايد الإهتمام ببرامج المقابلات وتمدد وتنوع الاغراض والمقاصد من ورائها، إختلفت وتنوعت رؤى ووجهات نظر الباحثين والمهتمين حول تعريفها وتحديد إطارها ووظائفها والمقاصد من وراء عقدها وبثها بواسطة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة .

فيعرفها الباحث عبد المجيد شكري على انها ((عبارة عن تبادل للرأي والفكر تحتاج الى مقدم برامج ثقافته أعلى من مقدم البرامج الإستدلالية والى ضيف حيث يتبادلان الرأي والفكر والمعلومات في موضوع يهم الناس ، أي طرفان طرف يملك المعلومة وطرف يسأل لكي يخرج هذه المعلومة للمشاهد))(٨)

أما البروفسور جون كورنر فقد عرف المقابلة على أنها : ((أسلوب أساسي من أساليب الانتاج الوثائقي التلفزيوني ،والذي يتناقض مع أسلوب المراقبة نظراً لكونه يتداخل بشكل واضح وعلني، وهذا التداخل يبرز بالكلام وبالصور من خلال توجية الاسئلة، والمتحدث غالباً ما يخاطب الصحفي أو المقدم الذى يجرى المقابلة والذى تظهر صورتة على الشاشة)).(٩)

جدير بالذكر إن المقابلة الإذاعية والتلفزيونية تطورت من المقابلة الصحفية التي سبقت المقابلة الإذاعية بأكثر من قرن من الزمان ،إذ ظهرت في الصحافة الأمريكية لأول مرة عام ١٨٣٦م، من خلال الحوار الذي أجراه الصحفي الأمريكي ((بنت)) مع صاحبة منزل قتلت في دارها إمرأة منحرفة ، وكانت أسئلة المقابلة قد صيغت على غرار المساءلة القانونية .

ومنذ ذلك الحين إنتشرت المقابلة في الصحافة العالمية وأخذت شكلها الإعلامي بإعتبارها من الفنون الإعلامية المهمة ، ومع مطلع القرن العشرين إنتقلت المقابلة الى الإذاعة واضحت أحد فنونها الرئيسية ؛ مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي انتقل فن المقابلة الى التلفزيون ليكون أحد فنون الإقناع المهمة على الشاشة في العديد من محطات التلفزيون العالمية ، بمن في ذلك محطات التلفزيون العربية . وبما إن تلفزيون العراق كان من المحطات التي دخلت مبكراً الى الوطن العربي متزامنةً مع محطة تلفزيون المغرب بين عامي

١٩٥٤م و١٩٥٦م، فقد إهتم ببرامج المقابلات يقدمها مادة إسبوعية ، وكانت الفكرة تقوم على الإتصال الهاتفي بثلاثة من الشخصيات المعروفة في المجتمع ، تطرح عليهم أسئلة إجتماعية عامة متنوعة ، فيجيب الضيف على السؤال الذي يوجه لهُ ثم يختار اُغنية ، فإذا كانت عراقية يدعى المغني للحضور الى الستوديو مع فرقته الموسيقية لتلبية الدعوة ،وان كانت الأُغنية عربية يتم تحضير الشريط السينمائي الذي يتضمنها ، وتتم هذه العملية بإعداد مسبق .

وقد إستضاف هذا البرنامج الدكتور علي الوردي واللغوي الشهير مصطفى جوادالمعروف بمقولته الشهيرة ((قل ولاتقل)) ، ومنذ ذلك الوقت إستمرت برامج المقابلات تتطور شكلاً ومضموناً في وسائل الإعلام العربية والعالمية .(١٠)

وبعد أن دخل فن المقابلات المسموعة والمرئية مرحلة التنظير في معاهد واقسام وكليات الإعلام كغيره من الفنون الإذاعية والتلفزيونية ، تطورت أساليبهُ ووسائلهُ وتقنياتهُ وتعددت وظائفهُ وتنوعت موضوعاتهُ ، فأصبحت المقابلات الإذاعية والتلفزيونية تتناول موضوعات سياسية وأقتصادية ودينية وأجتماعية وفنية ...الخ

أما من حيث أساليب تقديمها فقد كانت تقدم بشكل أحاديث تشبهُ المحاضرة الى حد ما ، ولكن مع مرور الأيام أحسَ مقدموها بثقل موضوعاتها المطروحة ، كونها تحولت الى موضوعات تقليدية تثير الملل في نفوس المستمعين والمشاهدين فغيرمقدموها إسلوب الحوار ، من خلال إعداد الأسئلة المتعلقة بموضوعات المقابلة وأشركوا الجمهور في الحوار والنقاش فاصبحت المقابلة أكثرُ حرارة وحيوية من قبل ، وبذلك تطورت المقابلة من الإسلوب الخطابي الذي يعتمد على الالقاء،الى إسلوب المحادثة والحوار بين طرفين المقدم والضيف ومشاركة الجمهور، فأضحى الجمهور طرف ثالث لهُ حق المشاركة وإبداء الرأي والتعقيب والإعتراض على الموضوعات التي تهمهُ وتمس مصالحهُ ، وتنوعت أساليب مشاركة الجمهوربين إرسال الرسائل

والإتصالات الهاتفية والحضور الى الستوديو والرسائل الإلكترونية وحضور ممثلين أو عينات من الجمهور للمشاركة في البرامج .. الخ

فأصبحت برامج المقابلات من أكثر البرامج إقناعاً للجمهور بمضامين موضوعاتها ، سيما بعد أن اصبحت هذه البرامج تخضع الى تخطيط علمي واعداد وتحضير من قبل متخصصين أكفاء ، وزاد من أهمية هذا النوع من البرامج إنها أخذت تعد على أساس دراسات علمية جادة لكل ميتعلق بالجمهور وأساليب الممارسة ، وكان من نتائج تلك الدراسات ظهور كوادرعمل فنية متخصصة بهذا النوع من البرامج، تعد المقابلة على وفق التقاليد العلمية سواء من حيث كيفية إختيار الموضوعات الأكثر إثارة وأهتمام أو من حيث توقيتات عرضها أو طبيعة الشخصيات التي تدعى اليها.

ونتيجة للتطور ألذي شهدته برامج المقابلات، تعددت الأ جتهادات حول تسمية هذه البرامج ، فهناك من يسميها الحديث أو الحوار أو المناقشة أو الندوة ، إلا أن هذه التسميات تطورت من برامج المقابلات واصبحت فنون مستقلة تقدمها العديد من المحطات والقنوات التلفزيونية.

عناصر المقابلة وأشكالها في الإذاعة والتلفزيون :

تتأتى أهمية برامج المقابلات من أهمية عناصرها ، وأول هذه العناصر الإعلامي الذي يدير المقابلة أو مايسمى بمدير المقابلة: ويعد عنصراً أساسياً في نجاح المقابلة كونه المحور الأساسي في هذه العملية ، والمقابلة الناجحة تعتمد على قوة شخصيته ومقدار خبرته وتأهيله وثقافته وحدود حرية العمل التي يتمتع بها للتصرف بشكل نشيط ومؤثر ، أما العنصر الثاني فهو شخصية الضيف الذي يستضيفه البرنامج، من حيث مدى الشهرة التي يتمتع بها والمركز الإجتماعي والتخصص والثقافة: وغيرها من المؤهلات التي تفعّل من دوره. في هذا المجال وتجعله موضع ثقة ومصداقية الجمهورالذي يهتم بهذا النوع من البرامج.

أما العنصر الثالث فهو موضوع المُقابلة ومدى شموليته، يُضاف الى ذلك أهمية الوسيلة ومدى شهرتها وانتشارها وموضوعيتها .

ومن العوامل الأُخرى التي تتعلق بالمقابلة ويثار الجدل والنقاش حولها، تصنيف المُقابلات وتقسيم انواعها وتحديد أشكالها ، فعلى الرغم من إختلاف وجهات نظر الباحثين حول هذا الموضوع نجد من يُقسمها الى الأقسام الآتية :-

١- مُقابلة الحديث الاخباري.

٢- مُقابلة الرأي.

٣- مُقابلة الشخصية .

وهُناك من يُضيف إليها مُقابلة المؤتمر الصحفي .

والمُقابلات في البرامج التلفزيونية يستضاف لها المُتخصصون والمُبدعون وأصحاب التجارب والخبرات، من نجوم الفن و الرياضة والعلماء، في مجالات الطب والصحة العامة والهندسة والعلوم الإنسانية والإجتماعية وغيرهم من المُتميزين للاستفادة من خبراتهم والإقتداء بهم من قبل الجمهور .

وهناك من يصنف المقابلات الى الأشكال الآتية :-

١- **مقابلة الوقائع والأحداث** : تتراوح مدة بثها بين (٣٠-٤٠) ثانية ، وعندما تكون الأحداث مهمة ومتأزمة وتشتمل على تفاصيل قد تصل مدة بثها الى دقيقتين ، وقد يخضع هذا النوع من المقابلات للتسجيل والمونتاج كي تتاح الفرصة أمام الجمهور لظهور أكثر من شخص يتحدث في نفس موضوع المقابلة .

٢- **مقابلة المنوعات أو المقابلات الإستعراضية** : يتناول هذا النوع من المقابلات موضوعات منوعة كالتسلية والفكاهة والأخبار وغيرها ، ،وغالباً ما يتم تسجيل هذا النوع من المقابلات داخل الستوديو ، ويمكن أن تسجل في أي مكان آخر ، ومدة هذه المقابلة تتراوح بين (١٥-٦٠) دقيقة ، وقد تصل الى أكثر من ذلك إذا كان الموضوع يتطلب الإطالة .

٣- مقابلة الفيلم التسجيلي : هي مقابلة تلفزيونية تُسجل على شريط فيديوأو فيلم تتخللها لقطات تتصل بموضوع المقابلة قد تصل مدتها الى (٣٠) دقيقة ، وقد تأخذ وقتاً أطول من ذلك بحسب أهمية الموضوع الذي تنعقد من أجله ، ويستدعى لها من (١-١٢) شخصية حسب طبيعة الموضوع ومديات تغطيته .

٤- مقابلة السرد التأريخي : تعتمد هذه المقابلة على السرد التأريخي للأحداث التي تهم الرأي العام ، ويدعى لها متخصصون لهم علاقة بموضوع المقابلة من المتخصصين بالتأريخ ومن ذوي التجارب والخبرات ، أو أن تتعلق المقابلة بسيّرذاتية اومذكرات شخصية ، فيدعى لها الشخصيات التي تكون موضوعاً للمقابلة.

خصائص المقابلات الإذاعية والتلفزيونية :

يشترط في المقابلة الإذاعية والتلفزيونية أن تتميز بالخصائص الآتية :-

- المصداقية / تعد المصداقية قيمة أساسية تجعل المقابلة بموضوعاتها واساليبها ووسائل تقديمها، موضع ثقة من جماهيرالمستمعين والمشاهدين .
- الإثارة والجاذبية / تعد هذه الميزة من الخصائص التي تشد المستمعين والمشاهدين الى الوسيلة ، لأنها تجعل من المقابلة أفضل برنامج ترفيهي وتثقيفي في آن واحد .
- الأهمية / إن الأهمية تفعّل من المقابلة وتحقق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية، وبخاصة إذا ما تعلق موضوع المقابلة بأهتمامات الجماهير ومصالحهم واحتياجاتهم الضرورية بصورة مباشرة أو غير مباشرة .

قواعد لغة المقابلة :

هناك قواعد أساسية لايمكن تجاهلها أوتجاوزها عند إعداد أية مقابلة ناجحة في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية ، هذه القواعد يمكن إيجازها بالآتي :(١٢)

١- ينبغي إستخدام التعابير البسيطة والدقيقة في أي حوارأونقاش يجرى في المقابلة.

٢- ضرورة إستخدام المفاهيم والتعابير والأمثلة الشائعة عند مناقشة أي موضوع يمس إهتمامات الجماهير .

٣- على مدير المقابلة وضيوفها مراعاة عدم إستخدام الكلمات الضخمة والمشحونة .

٤- ينبغي عدم تقليد ضيوف المقابلة لمقدم البرنامج ،أوتقليد مقدم البرنامج للضيوف .

٥- على مقدمي برامج المقابلات والضيوف تجنب التكرار الممل والإعادة والحركات غير الضرورية .

٦- مراعاة الإبتعاد عن المبالغة في الإيماءآت والإشارات غير الضرورية .

٧- محاولة عدم إستخدام العامية في الحوار والنقاشات، إلافي حالات الضرورة القصوى .

٨- محاولة الإلتزام بلغة الإعلام أو ما أصطلح على تسميتها باللغة المشتركة والشائع من اللغة الفصحى .

٩- يجب توخي الحذر من إستخدام المفردات الأجنبية ، والسعي قدر الإمكان لإيجاد بدائل ملائمة لها باللغة العربية .

١٠- ضرورة تجنب إستخدام الإصطلاحات والمفاهيم والرموزالعلمية والفنية غير الشائعة ، وبخاصة في النقاشات التي تتعلق بالعامة من الناس .

١١- لابد من توخي الحذر والدقة عند مناقشة الموضوعات التي تتعلق بالديانات والعقائد والجوانب الآخلاقية والقيمية للمجتمعات ، وإذا ما تعلق الأمر بهذه الجوانب يجب الإستناد الى معلومات دقيقة وموثقة ، وتجنب الخوض في المسائل الدقيقة والحساسة التي يمكن ان تثير مشاعر الجماهير او تخدش الذوق العام، وبخاصة في الموضوعات الخلافية .

تحرير المقابلة الإذاعية والتلفزيونية :

إن برامج المقابلات في وسائل الإتصال الجماهري المسموعة والمرئية، لايمكن إعتبارها من الموضوعات العفوية أو المفتعلة في المجتمعات المعاصرة، وانما فن إقناعي لهُ تقاليدهُ وقوالبهُ وضروبهُ الفنية ، وهذا النوع من الفنون لهُ ما يميزهُ عن الفنون البرامجية الإخبارية ولترفيهية والعلمية وغيرها من الفنون ، ولها كتاب ومحررون ومقدمون متخصصون بهذا النوع من البرامج ، وللمقابلة مكوّنات فنية لاتختلف كثيراً عن فنون التحرير الإعلامية ، يمكن ان نذكراهم عناصرها بالآتي :

١- **العنوان /** يعد العنوان عنصراً مهماً من عناصر تحرير المقابلة ، لما لهُ من دور في إبراز وإظهار موضوع المقابلة ، إذ يتم وضع عنوان رئيسي وعناوين فرعية ملخصة واضحة ومعبرة، ومن بين أهم المكوّنات الفنية لتحرير عناوين المقابلات الإذاعية والتلفزيونية عناصر التشويق والجاذبية .

٢- **المقدمة /** وهي بمثابة المدخل إلى المقابلة يتم فيها التعريف با لموضوع والشخصية أو الشخصيات المستضافة، وإيجاز أهم أعمالها وأنجازاتها وابداعاتها ، وصفاتها وأهميتها في المجتمع .

٣- **التفاصيل /** يذكر فيها المحاور الاساسية لموضوع المقابلة؛ والتساؤلات ومايود التوصل إليه من إجابات تهم الجماهير.

٤- **الخلاصة النهائية /** يتم فيها الكشف عن اهداف الموضوع والنتائج المتوقعة

برامج المناقشات :

إن برامج المناقشات تقترب من برامج المقابلات في الشكل، إلاإنها تختلف عنها من حيث المضمون وطريقة العرض والتقديم ، تعتمد أهمية هذه البرامج على نوعية الموضوع المطروح للنقاش وموضوعية الطرح ، إذ يقوم مقدم البرنامج بتنظيم رؤوس الموضوعات وفقاً لتسلسل منطقي للافكار ، وتعريف

المستمعين والمشاهدين بأهمية الموضوع المراد تقديمه للنقاش، وعرض خلفية موجزة وسريعة لهُ وتقديم المشاركين في النقاش الى الجمهور .

ومن خصائص هذه البرامج إنها تُتيح الفرص وتُهيئ المناخ المُلائم لتبادل الأفكار التي تهم الغالبية من الرأي العام،ويعتمد نجاح البرنامج على مُدير إدارة النقاش اوالحوار، الذي يجب أن يكون من الإعلاميين الناجحين، و من ذوي الخبرة الواسعة والتجربة العميقة والثقافة الواسعة.

لكي يكون بإمكانه عرض الموضوع بطريقة درامية شيقة، تولد صراعاً يستثير الجمهور ويُضفي على النقاش مزيداً من الحيويه والانفعال.

وتنقسم برامج المناقشات الى اربعة انواع رئيسية توجزها بالآتي :- (١٣)

١- المائدة المُستديرة:

يعد هذا النوع من البرنامج الشائعة في كل من الإذاعة و التلفزيون، إذ يقوم مقدم البرنامج بإستضافة عدد من الضيوف حول مائدة مُستديرة، لمناقشة موضوع مُعين يتم تبادل الآراء ولأفكار حوله بسلاسة وبساطة وتلقائية، وقد يكون موضوع المائدة مُناقشة مشكلة مُعينة تهم الجمهور، يسعى البرنامج الى مُحاولة ايجاد حلول منطقية لها. ويقتصر دور مُقدم البرنامج على تنظيم وتوجيه المُناقشة. وتوزيع الأدوار بين المُتحاورين حتى لايحصل خروج عن الموضوع المطروح، ويشتمل النص المطروح للمُناقشة على مدخل يوضح أهمية الموضوع وأبعاده، ورؤوس موضوعات فرعية لتصنيف الموضوع وتنظيم أفكارهُ ، وتلخيص الآراء والأفكار المُتعلقة بالمُناقشة وكتابة خاتمة للبرنامج.

ويُمكن إعداد هذا البرنامج بوقت مُسبق من خلال توزيع النص للمُشاركين، لتهيئة المعلومات المُتعلقة بالموضوع والإستعداد للمُناقشة .

٢- الندوة الأُفقيــة:

يعتمد هذا الموضوع على طبيعة الشخصيات التي تُستضاف ومدى تخصصها بالموضوع المطروح، ويُفضل ممن لديهم حلول واقعية لموضوع الندوة

قابلة للتطبيق، وتجارب عملية في الميدان،ويقوم مُدير إدارة النقاش بتوزيع الوقت على المُشتركين بشكل مُتساوي ،لإستطلاع آراء المُتخصصين حول سؤال واحد يخص الموضوع لكل المُشتركين، وبعد الإنتهاء من استطلاع آراء المُتخصصين حول الموضوع، يتم فسح المجال أمام الجمهور للمُشاركة وتوجيه الأسئلة المُتعلقة بالموضوع لأحد أعضاء الندوة، على إن يكون الوقت مُحدد لكل مُشترك ،وبإمكان الجمهورا لحضور الى الإستوديو وتوجيه الأسئلة أو الاشتراك من خلال هاتف البرنامج .

ويتلخص دورمُقدم البرنامج بالسيطرة على النقاش وتوجيه مساراته، وتقديم الضيوف والتعريف باهمية الموضوع وخلفياته، ثم يختم الندوة بتلخيص جميع الآراء بحيادية وموضوعية.

٣- المُناقشة الجماعية :

يتركز هذا النوع من المناقشات حول موضوع أو مشكلة معينة تخص قطاع إجتماعي أو مهني محدد ، ويشترك في هذا النقاش عادةً، العاملون في القطاع المعني والمهتمون به ، وتتجه الناقشات الى مشكلات وتتجه إتجاهات معينة ، تهم العاملون في القطاع المهني والمتعاملين معه ؛ ولاتهمُ الرأي العام الجمعي ، يستهدف النقاش التوصل الى إستنتاجات، حول أسباب المشكلة المطروحة للنقاش وتقديم بعض الحلول المقترحة لها على أن تكون قابلة للتنفيذ، والاسئلة التي تعرض للنقاش غالباً ما تكون مفتوحة قابلة للاجتهاد وتحتمل النقاشات المعمقة ، أما وظيفة مقدم البرنامج فتنحصر في توجيه المناقشات ومحاولة الوصول بها الى حلول منطقية مشتركة يقبلها معظم المشتركين بالنقاش.

٤- المناظرة :

يقل أستخدام هذا النوع من البرامج في الاذاعة، ويكثر في القنوات التلفزيونية . وتظهر برامج المناظرات في أوقات الانتخابات الرئاسية والبرلمانية، وفي أوقات الأزمات السياسية بين الحكومات وقوى المعارضة ، ويقدم من خلال

وجود فريقين على طرفي نقيض ، مثل الحزب الحاكم والمرشحين في المعارضة ، ويستخدم كل طرف إمكاناته ومهاراته وكل ما عنده من أساليب من أجل تدعيم أرائه وأفكاره وعرض وجهات نظره امام الجمهور، ويقتصر دور مقدم المناظرة على إعداد المناظرة، عن طريق كتابة المقدمة وتقديم المشتركين في البرنامج ومنح كل منهم وقت محدد ومتساوي لعرض وجهة نظره ، ويترك الحكم للجمهور في الموضوعات المطروحة للمناقشة، وعلى مقدموا هذا النوع من البرامج ،الإلمام التام بالموضوعات والمواقف المتعلقة بالبرنامج، ومراعاة التزام الحيادإزاء المواقف المتعارضة .

ويشترط في الإعداد لبرامج المناقشات سواء كانت داخل الستوديو او خارجه ، ان تبنى على موضوعات دقيقة وجديدة تهم الرأى العام ، ويقدم له قدرة كبيرة على ادارة وتنظيم النقاش ، والمحافظة على دقة التوقيتات وإختيار الضيوف من المتخصصين والمشاهير المشهود لهم بالخبرة والنزاهة والموضوعية ، ومن الذين لهم القدرة على إستثارة مشاعر الجماهير واثراء النقاش وطرح الحلول المنطقية الواقعية القابلة للتحقيق .

ومحاولة إشراك الجماهير في التفاصيل المتعلقة بهذه الموضوعات ، بشكل درامي منظم و مسلي يبعث على الارتياح والمتعة.

برامج التحقيقات أو الريبورتاج – Reportage

أن كلمة ريبورتاج تعني إعادة نقل الحدث والحديث والصورة من زوايا مختلفة، وتقديمها من موقع الحدث الى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة (١٤) وفن التحقيقات قديم رافق الصحافة منذ نشأتها وانتقل من الصحافة المقروءة الى الإذاعة ومن الإذاعة إ نتقل الى التلفزيون واضحى من البرامج الشائعة .

يعتمد التحقيق على الخبر والرأي ، والتعليق يكون أما مسجلاً أو مباشراً يتم بثه حياً على الهواء ، ويفترض في التحقيق أن يتقصى الظواهر الإجتماعية والسياسية والفنية والإقتصادية ، بموضوعية ومهنية عالية تعكس الحقائق بواقعية تامة من الميدان، بإسلوب درامي وإخراج متقن بقصد التعرف

على الحقائق ومعرفة أسباب الظواهر المختلفة ومتغيراتها بدقة ، بإتباع أساليب فنية مشوقة وجذابة.

وتختلف التحقيقات بإختلاف موضوعاتها وأهدافها المتباينة ، فهناك تحقيقات تسلط الضوء على مشكلات إجتماعية تشكل ظاهرة تمس الرأي العام، مثل مشكلات الطلاق والتسول و الإنحرافات الإجتماعية ، وهناك تحقيقات تتعلق بمشكلات عامة مثل أزمة النقل والخدمات العامة الأُخرى ، وهناك مشكلات سياسية تتابعها عدسات الكاميرا مثل الفساد الإداري والكساد الإقتصادي وإرتفاع الأسعار ، وهناك تحقيقات على شكل برامج ترفيهية مثل التحقيقات الشخصية للمشاهير، والتحقيقات الإعلانية الفلمية عن السياحة العالمية والتي يتم من خلالها الترويج للسيحة بعرض الجزر والمنتجعات والمناطق الآثارية ... الخ

إذ يجمع هذا النوع من البرامج بين المتعة والمعرفة وسعة الخيال والثقافة وسعة الإطلاع ، واصبحت هذه البرامج شائعةً في العديد من القنوات الفضائية والأرضية العربية والأجنبية .

البرامج الترفيهية :

تعد برامج الترفيه من البرامج الجماهيرية الشائعة في الإذاعة والتلفزيون، تحظى بشعبية كبيرة ،لاتخلوا منها اية محطة إذاعية أو قناة تلفزيونية حتى القنوات المتخصصة ، لذلك نجد جميع وسائل الإتصال الجماهيري تسعى نحو برامج الترفية بلا إستثناء ، تقدمها بأشكال وأساليب متنوعة تناسب وظائف وخصائص الوسائل التي تعرضها .

وان كل قائم بالاتصال يسعى الى تسلية الجمهور وإمتاعهُ بكل ما امكن ذلك من سبيل من أجل تخفيف الضغوط النفسية والاجتماعية عن الجماهير وتوسيع شعبية القناة التلفزيونية أو المحطة الإذاعية ، إن ذلك لم يأتي من فراغ ، لأن معظم الأبحاث والدراسات التي تناولة علاقة الجماهير بوسائل الإتصال الجماهيري وناقشة عادات الإستماع والمشاهدة ، جاءت بنتائج

تؤكد حاجة الجماهير المتزايدة الى الترفيه والإستمتاع والإسترخاء، للهروب من مشكلات الحياة المتفاقمة وضغوط العمل والممارسة الحياتية اليومية والضغوط النفسية والإجتماعية التي أفرزتها المتغيرات السريعة في الحياة المعاصرة ، لأسباب ودواعي كثيرة ومتداخلة .

لذلك فإن الترفيه لم يكن مجرد غاية للقائم بالإتصال ، وإنما حاجات رغبات جماهيرية وأهداف مباشرة وغير مباشرة للقائم بالإتصال. (١٥)

وبما إن برامج الترفية تحظى بشعبية كبيرة لدى كافة المجتمعات في كافة القنوات، تنافست معظم شركات الإنتاج وبخاصة التجارية منها، على إنتاج هذه البرامج بأشكال وأساليب وكيفيات متعددة ، تجمع بين البرامج الخفيفة والطريفة والعاطفية الجادة والفكاهية ، وهناك من إصطلح على البرامج الفكاهية والعاطفية والمسلية ببرامج المنوعات ، وهذه البرامج تمتاز بشعبيتها الكبيرة والتي يتزايد الطلب عليها بإستمرار، تتطلب إعداد خاص عن طريق إستخدام الكلمة الرقيقة والرشيقة البسيطة والخفيفة التي تستمد عمقها من التراث الحضاري والموروث الثقافي لكل مجتمع أو أمة ، وتتطلب مهارات فنية وقدرة على الإبداع، تمكن المؤدي من المزج بين الموسيقى واللحن الذي تضيفه الكلمة والإيقاع الخفيف ،لإخراج مادة تؤثر في النفوس والمشاعر الإنسانية سواء كانت أُغنية أو دراما خفيفة أو مسابقات... الخ

لأن المنوعات الغنائية والمعزوفات الموسيقية وبرامج الترفية الخفيفة ، ترفه عن المستمع والمشاهد وتدخل السرور الى نفسه ، ويدخل في إطار هذه البرامج الغناء والرقص بكافة أشكاله والدراما الجادة والفكاهية بأنواعها والمسابقات والألغاز والفوازير و البرامج الرياضية وغيرها من البرامج المسلية .

مراجع الباب السابع وهوامشه

١- فندريس ، اللغة ، ترجمة د. عبد الحميد الدواخلي ود. محمد القصاص ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٥٠م،ص٣١.

٢- مجلة الفنون الإذاعية والتلفزيونية ،العدد (٥٤) ، مجلد (١٤) يناير١٩٧١م ص٢٦.

٣- د. إبراهيم إمام ، الإعلام والإتصال بالجماهير،القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية، ط٢، ١٩٧٥م،ص١٠١.

٤- د. فلاح المحنة ، البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، بغداد ، مطبعة دار الحكمة ،١٩٨٨م ،ص ٢١٩.

٥- د. عبدالعزيز شرف ، المدخل الى وسائل الإعلام ، القاهرة، دار الكتاب المصري، ١٩٨٠م ،ص١٧٧.

٦- د. مصطفى حميد الطائي ، محاضرات في الفنون الإذاعية والتلفزيونية ، مصدر سابق ، ص٥٢-٥٣.

٧- المصدر السابق نفسه ، ص٥٤.

٨- عبد المجيد شكري ، تكنولوجياالإتصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٤٥.

٩- د. جون كورنر، التلفزيون والمجتمع ، مصدر سابق، ص ١٢٧.

١٠- حافظ القباني ، مذيع سابق في إذاعة بغداد، مقابلة خاصة أُجريت معه بتاريخ ٢٩-١-٢٠٠١.

١١- د . مصطفى حميد الطائي ، محاضرات في الفنون الإذاعية والتلفزيونية ، مصدر سابق ، ص ٢١٠.

١٢- د. مصطفى حميد الطائي ، اللغة وإشكالية المضمون في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية ، بحث منشور في مجلة جامعة سبها ، العدد الأول ٢٠٠٤م،ص٢٧.

١٣- د. سعيد محمد السيد ود حسن عماد مكاوي ، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ، القاهرة، جامعة القاهرة ،١٩٩٩م ، ص٣٠٣.

١٤- المصدر السابق نفسه ، ص٣٠٩.

١٥- د. يوسف مرزوق ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون،مصدرسابق ،ص ٢٥٢

الفهـــــــــرس

الفصل الثاني

الفصل الثالث

البـــاب الثالث

الفصل الأول

الفصل الثاني

البـــاب الرابع

الفصل الأول

الفصل الثاني

البـــــاب الخامس

الفصل الأول

الفصل الثاني

البـــــاب السادس

الفصل الأول

الفصل الثاني

البـــــاب السابع

الفصل الأول

الفصل الثاني


الفنون الإذاعية والتليفزيونية
وفلسفة الإقناع
دكتور
مصطفى حميد كاظم الطائي